

Qual o Futuro dos Espaços de *Coworking*? As Mudanças no Modelo de Espaço Colaborativo¹

Gabriela Faccio²
Danielle Antunes³
Faculdade Ielusc, Joinville, SC

RESUMO

O artigo tem como objeto de estudo os *coworkings* e as configurações que esses espaços terão no futuro. O trabalho buscou também identificar os motivadores do surgimento dos *coworkings*, quais destes seguirão influenciando estes espaços e identificar as tendências que poderão impactar nesse modelo de negócio colaborativo. A pesquisa caracteriza-se como exploratória com abordagem qualitativa. Para o procedimento de coletas de dados foi utilizada pesquisa bibliográfica e documental. O estudo demonstra que os espaços de *coworking* surgiram a partir dos motivadores como a mudança na economia, mudança no mercado de trabalho, necessidades sociais e avanços da tecnologia. Esses espaços colaborativos continuarão sendo influenciados e impactados, principalmente, pelas mudanças no mercado de trabalho e pelas necessidades sociais. Além disso, foi possível identificar algumas tendências de futuro, como os espaços temáticos e de nicho, a aproximação do mundo corporativo e os serviços de conveniência, com foco no bem-estar físico e mental.

Palavras-Chave: *Coworking*; economia colaborativa; espaços compartilhados; futuro.

INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas na sociedade devido ao desenvolvimento acelerado da tecnologia, a preocupação com a sustentabilidade, os novos contextos produtivos, entre outros fatores, transformaram a economia, os negócios, as relações sociais, as práticas e os significados do trabalho, o que para Antunes e Alves (2004), levou a reformulação do lugar do homem no trabalho, assim como sua forma de atuar e os espaços utilizados para realização das atividades. Outra mudança que se observa, guiada pela transformação digital, é nos modelos de negócio e de consumo, onde se apresenta novas formas de interação entre as pessoas, assim como novas maneiras das pessoas se relacionarem com as empresas.

Nesse novo contexto é que surge a economia colaborativa, que tem no seu nome, ideais de coletividade, bem comum e diminuição da produção. Conforme descrito por Allen e Berg (2014), a economia colaborativa ou consumo colaborativo é um termo amplo para um conjunto de modelos de negócio, plataformas e trocas, que envolve o compartilhamento de

¹Trabalho apresentado na IJ 02 – Publicidade e Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

²Graduada em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Ielusc. E-mail: faccio.gabi@gmail.com

³Mestre em Engenharia de Produção - SOCIESC. Graduada em Comunicação Social – UFRGS. Professora de graduação e pós-graduação na Univali, Itajaí e no Bom Jesus / IELUSC, Joinville.

conhecimento, de produtos e serviços para se extrair o melhor deles.

Os negócios de economia colaborativa consistem em empreendimentos em que o compartilhamento é o princípio básico, aliando o custo baixo e a tecnologia. Botsman e Rogers (2010), argumentam que o consumo colaborativo começou online, impulsionado pelo fenômeno do compartilhamento nas comunidades virtuais, porém o ato de compartilhar está cada vez mais presente também nos aspectos físicos da vida das pessoas. Diversos produtos e serviços podem ser compartilhados nos negócios de economia colaborativa, em que uma pessoa pode usufruir dos benefícios do bem compartilhado e outra pessoa pode usufruir do valor (financeiro e/ou social) gerado por esse compartilhamento (Maurer et al., 2015).

Um outro exemplo de negócio, oriundo do compartilhamento de bens e serviços, e que vêm emergindo, em escala mundial, é o *coworking* - ambientes colaborativos, em que recursos, ideias e serviços são compartilhados entre seus membros (empresas ou profissionais liberais). Segundo o Coworking Brasil (2016), *coworking* é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho, reunindo diversas pessoas, os *coworkers*, que buscam trabalhar em um ambiente inspirador e democrático, para desenvolverem seus projetos sem o isolamento do *home office* ou as distrações de espaços públicos.

O *coworking* traz consigo outra revolução, que são as formas de emprego não padronizadas, altamente individualizadas, no qual os profissionais trabalham como mão-de-obra informal, baseada em projetos e autonomia (Cappelli e Keller, 2013; Osnowitz, 2010). Para Eaton (2001), o crescimento do trabalho flexível é característico do século XXI, visto que a internet e o desenvolvimento tecnológico possibilitam a realização das atividades, independentemente do lugar em que o sujeito se encontra.

O espaço de *coworking* tem respondido esta demanda que a mudança na relação das pessoas com seus trabalhos e a busca constante por novos modelos de negócios colaborativos impulsionaram. Mas, a economia colaborativa, as novas gerações, o avanço tecnológico e outras tendências, devem continuar provocando mudança nos espaços compartilhados. Por isso, como destaca Vejlgard (2008), é essencial construir o melhor entendimento possível do espírito do tempo e do momento em que vivemos para termos uma previsão de algo que vai ocorrer e que para ser aceito pela população em geral, é preciso identificar as tendências.

É possível apostar que os *coworkings* vão ganhar novas demandas e configurações para os próximos anos em todo o mundo. Mas, quais foram os fatores que contribuíram para o surgimento dos *coworkings*? Estes fatores continuarão influenciando no futuro destes espaços? Que mudanças irão ocorrer neste modelo de negócio e quais tendências irão

impactar ou promover essas mudanças?

A partir deste questionamento, o objetivo geral desse trabalho é analisar o futuro do espaço de *coworking*. Como objetivos específicos a pesquisa buscou identificar os fatores contribuintes para o surgimento dos espaços colaborativos e quais destes fatores continuarão motivando e, analisar os artigos e entrevistas que contemplam a temática. Este trabalho tem um caráter de estudo exploratório, que segundo Gil (2002) cria uma familiaridade da pesquisadora com o problema, aprimora ideias, é bastante flexível e possibilita a consideração de vários olhares sobre o fato estudado. De abordagem qualitativa, sem a preocupação com a representatividade dos números, o procedimento de coleta de dados utilizou-se da pesquisa bibliográfica e documental.

A ECONOMIA COLABORATIVA

Evidencia-se o esgotamento do modelo econômico e arranjo social há tanto tempo em vigor, de acordo com Kaufman (2013), estes não são mais capazes de atender as necessidades e anseios das pessoas. O fato de que empresas vêm adotando o chamado desenvolvimento sustentável, o qual se ressalta a importância de indicar o declínio de um período onde o sucesso financeiro imediato e a qualquer custo, se sobressaia em relação as questões e impactos sociais ou ambientais. Silveira (2016), ressalta que o alto nível de consumismo dos dias atuais é insustentável devido à baixa quantidade de recursos naturais ainda disponíveis. Para a BOX 1824⁴, agência de pesquisa de tendências em consumo, nos próximos anos, o mercado vai abraçar esta mentalidade, o consumidor vai graduar o seu desejo de consumo, ficando menos associado ao excesso e mais consciente, e abraçará as alternativas de novos modelos mercadológicos capazes de atender às suas necessidades e vontades de uma maneira menos nociva.

Para reestruturar como o consumo e os negócios operam, surge a economia colaborativa (compartilhada ou em rede) que, nada mais é do que um modelo econômico baseado na partilha, empréstimo e troca, em substituição ao acúmulo. Enquanto no mercado tradicional o dinheiro é utilizado para se obter a posse de algum produto, na economia compartilhada são apresentados os benefícios e a criação de valor de se utilizar temporariamente bens ou serviços (Maurer et al., 2015). Para Kaufman (2013), neste modelo a posse perde para importância em detrimento do acesso.

Importante destacar que há outros termos, utilizados por diferentes autores, que

⁴ Disponível em: <http://www.box1824.com.br/>

também descrevem os negócios e a prática de consumo que envolve o compartilhamento como “*mesh*” por Gansky (2011), “*access-based consumption*” por Bardhi e Eckhardt (2012), entre outros. No entanto, todos trazendo as ideias de bem comum, diminuição de produtividade e coletividade e colaboração, que vem do ato de cooperar, de trabalhar em comum com outro. Convém mencionar que os termos economia colaborativa ou compartilhada, consumo colaborativo serão usados indistintamente neste trabalho.

Conforme descrito por Allen e Berg (2014), a economia colaborativa é um termo amplo para um conjunto de modelos de negócios, plataformas e trocas. Trata-se de compartilhamento de conhecimento, de produtos e serviços para se extrair o melhor deles, quebram paradigmas da indústria e maximizam o uso de recursos escassos. Para Botsman e Rogers (2010), o consumo colaborativo baseia-se nas pessoas que trabalham de forma colaborativa, compartilham ideias e práticas e geram interações, promoções e venda de produtos de forma cooperativa. Para Allen e Berg (2014), no consumo colaborativo, há uma forte relação entre os consumidores, com a criação de comunidade de usuários em torno do acesso e mediada pela internet. Segundo Kaufman (2013), a segunda geração da internet foi determinante para o estabelecimento do consumo colaborativo, conhecida como web 2.0, nesta nova geração foram introduzidas as plataformas colaborativas que permitiram a possibilidade de interatividade entre seus participantes, proporcionando a formação de massa crítica necessária para a sustentação das redes de consumo colaborativo (BOTSMAN e ROGERS, 2011).

Muitas pessoas utilizam-se da economia colaborativa pois sentem a influência do meio social, outros, porém, são motivados a compartilhar por uma iniciativa a promover mudanças. Möhlmann (2015) ainda destaca que é justamente por conta dessa diversidade de perfis, que há a possibilidade da ascensão de novos mercados e modelos de negócio. Mas, sem dúvida, parte do comportamento característico da prática do consumo colaborativo se deve às pessoas pertencentes à “geração Z”, nascidos a partir da década de 1990 até meados da década de 2010, os chamados nativos digitais. Nascidos após a difusão da internet, chegam ao mercado procurando por um mundo semelhante ao deles, totalmente conectado, aberto a interações, veloz e global (Fagundes, 2011; McCrindle, 2011).

Os fatores que deram origem ao desenvolvimento da economia colaborativa são o desenvolvimento da internet, as motivações individuais dos consumidores (relacionadas a sustentabilidade, ao coletivismo e ao anticonsumismo), aos apelos de ordem social (decorrentes do crescimento econômico mundial e da mudança da escala de valores da

sociedade), bem como aos motivadores financeiro, conveniência, interação social, tecnologia e inovação (Möhlmann, 2015; Sjöklint e Ukkonen, 2016). Neste sentido, Kaufman (2013), resume que a economia colaborativa está sustentada em três pilares principais: economia, pessoas e tecnologia.

Mesmo com diferentes motivações que levam as empresas e os consumidores a participarem da economia colaborativa, é fato que é uma realidade e há a criação de um número cada vez maior de novos modelos de negócio, expandindo a economia compartilhada (GANSKY, 2011).

Modelos de negócios de consumo colaborativo

Muitas empresas da economia compartilhada já se tornaram modelos de negócio⁵ bem-sucedidos e sustentáveis, que combinam o crescimento econômico com sustentabilidade ambiental e social, o que evidencia o grande potencial de desenvolvimento econômico desse fenômeno (Silveira, 2016). Botsman e Rogers (2011) defendem três formas, ou modelos de consumo colaborativo: sistema de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos: i) Os sistemas de serviços de produtos (*Product Service System – PSS*): conjunto comercial de produtos e serviços capazes de atender conjuntamente as necessidades do usuário, onde se paga pela utilização de um produto sem a necessidade de adquirir sua propriedade; ii) Mercado de redistribuição: associado às trocas e doações e dizem respeito à transferência de propriedade, ou seja, faz alusão à copropriedade, e como exemplo dessa forma de consumo colaborativo apresenta-se a doação de móveis, a troca ou empréstimo de livros e a troca ou doação de roupas; e iii) Estilos de vida colaborativos: é a disposição à partilha e à troca de ativos intangíveis, como por exemplo tempo, habilidades e dinheiro.

Esses modelos de negócio demonstram o movimento das pessoas em direção a atividades mais coletivas, abrindo mão da propriedade privada, do individualismo ou do reconhecimento para trabalhar em conjunto, compartilhando experiências, resultados, tempo, dentre outros. Isso demonstra um sentimento de cooperação e a ação coletiva desses consumidores em busca de arranjos não tradicionais. Os negócios de economia colaborativa têm impactado a economia pois, segundo Furtado (2016), estes negócios estão criando mercados e acabam aumentando a atividade econômica local. Um dos negócios da economia colaborativa que vem ganhando destaque são os *coworkings*, uma alternativa à organização atual de trabalho na qual os profissionais liberais compartilham de um mesmo espaço,

⁵ Descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte uma organização (Osterwalder e Pigneur, 2011).

buscando a partilha dos custos relativos ao local de instalação, entre outros benefícios.

COWORKING: O ESPAÇO COLABORATIVO

Um dos exemplos de prática de consumo colaborativo, do sistema de serviços de produtos, é o *coworking*, um estilo de trabalho que envolve um espaço de trabalho compartilhado, onde pessoas de empresas distintas e com competências diferentes trabalham, cada uma nos seus projetos, nos seus dias, nos seus horários, cada uma ao seu ritmo, com os recursos que podem e da forma que melhor entendem (BARBOSA, 2012). Para Gandini (2015), espaços de *coworking* são ambientes frequentados por profissionais de diferentes áreas que trabalham em vários graus de especialização num ambiente de conhecimento compartilhado. Já para Leforestier (2009), os espaços de *coworking* são locais em que recursos, ideias e serviços são compartilhados entre seus membros (empresas e profissionais). Nesse modelo de negócio, a empresa não só diminui seus custos, como também usufrui de um ambiente de colaboração e uma rede de contato com empreendedores em situação semelhante, favorecendo e estimulando parcerias.

Importante ressaltar que o conceito de *coworking*, como método de trabalho colaborativo, representa uma nova maneira de interação entre e com os indivíduos que o praticam. Assim conviver sobre este aspecto, que possui características próprias para ser considerado um lugar onde se pratica o *coworking*, está relacionado com o quanto e como as pessoas interagem entre elas e não o simples fato de “estarem em um mesmo espaço” (GIANNELLI, 2016). De acordo com Fost (2008), o termo teve origem em São Francisco no ano de 2005, pelo programador de computadores Brad Neuberg, o qual buscou obter um modo de trabalho em que tivesse simultaneamente estrutura e ao mesmo tempo liberdade e independência, o qual denominou *coworking*.

Gandini (2015), relata que o *coworking* trouxe uma terceira via de trabalho, um modelo intermediário entre o trabalho tradicional, delimitado em uma comunidade homogênea, e uma vida profissional independente, onde o trabalho é baseado em casa, no isolamento. Estudos (Eaton, 2001; Antunes e Alves, 2004), apontam que as mudanças nas atuais condições e relações de trabalho, e as consequências dessas mudanças na vida profissional e pessoal dos trabalhadores, como é caso do trabalho flexível, juntamente com a internet e a informalização, possibilitam a realização das atividades laborais independentemente do lugar em que o sujeito se encontra. É visto também, o aumento de terceirizados e de trabalhadores em tempo parcial, e os empreendedores que emergem, com

suas ideias e novos negócios, assumindo os riscos e buscando inovação constantemente, em busca de algo sustentável em um estilo de trabalho diferente (BOTSMAN E ROGERS, 2010).

O objetivo e diferencial do *coworking* é trazer um ambiente favorável ao relacionamento, troca de experiências e *networking* (rede de contatos). Para Brinks (2012) é um novo formato de trabalho, com enfoque nos profissionais autônomos, que se utilizam desse espaço como forma de ampliação de sua rede de contatos. Espaços de *coworking* são descritos, como “lugares de mercado” em que o *networking* é possível em função do próprio ambiente físico que estimula o compartilhamento, entendendo-se que esse ambiente seja uma nova forma de contextualização das situações de trabalho. De acordo com o SEBRAE⁶ (2015), os escritórios compartilhados são utilizados como uma estratégia de negócio das startups, para dar visibilidade, ter estrutura e capturar contribuições de diferentes profissionais.

Kojo e Nenonen (2014), abordam o *coworking* sob a ótica do espaço físico, e buscam ainda identificar conceitos de serviço e solução de design do local de trabalho pelos quais os objetivos do *coworking* podem ser satisfeitos. Os escritórios são espaços abertos e flexíveis, procurando favorecer a socialização dos usuários, garantem funcionalidades como conectividade virtual eficiente e acessibilidade, em um cenário criativo, com estrutura de telefonia, salas de reunião, estações de trabalho e salas individuais, entre outros. Para Murayama (2014), com custos menos elevados e possibilitando que os preços de seus serviços sejam mais atraentes, o *coworking* torna-se competitivo, podendo reduzir em até 60% o custo mensal da locação de espaços privados e gastos com mobiliário (SEBRAE, 2015).

A revisão da literatura aponta diferentes fatores contribuintes para o surgimento e crescimento do fenômeno de *coworking* e, para melhor compreensão destes fatores, foi criado o Quadro 1, cuja intenção é identificar os fatores contribuintes comuns às descrições apresentadas e relacionar com os pilares da economia colaborativa, aqui já mencionados.

Observa-se, no quadro 1, que os fatores contribuintes, comuns entre os autores, foram: as mudanças na economia, mudanças no mercado de trabalho; necessidades sociais e o avanço da tecnologia. Muitos autores como Deijl (2011), Forlano (2008), Gandini (2015), Pohler (2012) e Leforestier (2009) reconhecem que o modelo de negócio colaborativo foi motivado pela necessidade de uma nova forma de trabalho (flexibilidade, autonomia, criatividade etc.) e por necessidades pessoais (interação, colaboração, contatos entre outros).

⁶ Serviço Apoio Micro Pequenas Empresas

Quadro 1: Fatores contribuintes para o surgimento dos espaços de *coworking*.

Descrição	Fator	Autor	Pilares da Economia Colaborativa				
			Sustentabilidade	Tecnologia	Economia	Pessoas	
Mudanças econômicas devido o aumento do trabalho atípico e não assalariado que vem ocorrendo.	Mudanças na economia	Pohler (2012)			x		
Crescimento da indústria criativa.		Merkel (2015)	x		x		
Emergência de uma economia criativa e digital.		Moriset (2013)		x	x		
Economia baseada no conhecimento.		Dejil (2011)			x	x	
Economia baseada na produção de conhecimento e informação.		Bizzarri (2010)			x	x	
Transformações sucedidas no ambiente afetaram consideravelmente o posicionamento das organizações em seus mercados competitivos.		Machado; Carvalho; Heinzmann (2012)	x				
Flexibilização do trabalho.	Mudanças no mercado de trabalho	Dejil (2011)	x			x	
Emergência de uma classe freelancer.		Forlano (2008)			x	x	
Exigências impostas por novas formas de trabalho globalizadas e ilimitadas.		Pohler (2012)	x		x		
Isolamento de trabalhadores independentes.		Kordi-Hubbard (2013)				x	
Trabalho criativo e o surgimento de uma classe de trabalhadores criativos.		Moriset (2014)		x	x	x	
Emergência de uma classe de trabalhadores fora do padrão a partir do desenvolvimento tecnológico.		Lumley (2014)		x		x	
Novos acordos de trabalho são caracterizados por mais liberdade, flexibilidade e autonomia, assim como as novas formas pelas quais as pessoas percebem o trabalho.		Pohler (2012)	x			x	
Mudanças nas práticas e significado do trabalho ocasionadas pela economia do conhecimento.		Gandini (2015)			x	x	
Necessidade de socialização.		Dejil (2011)				x	
Insatisfação de pessoas que trabalham por conta própria.		Spinuzzi (2012)				x	
Reação à falta de incidência social nos centros de negócios e da improdutividade do trabalho em casa.	Necessidades sociais	Capdevila (2014)				x	
Sociedade do conhecimento traz um novo espaço social.		Moriset (2013)	x			x	
Nova prática social a partir das mudanças estruturais do mercado de trabalho.		Merkel (2015)	x			x	
Transformações sociais estão intensamente ligadas a mudanças tecnológicas, econômicas ou estruturais.		Machado; Carvalho; Heinzmann (2012)	x	x	x	x	
Profissionais independentes estabelecem suas relações sociais através de redes profissionais.		Gandini (2015)				x	
Processo de reorganização social em curso.		Bizzarri (2010)	x			x	
Necessidade de um ambiente de colaboração e uma rede de contato de empreendedores que favoreça e estimule parcerias.		Leforestier (2009)	x			x	
Internet.		Avanço da tecnologia	Forlano (2008)	x	x	x	
Avanços da tecnologia, levando ao surgimento do teletrabalho.			Kordi-Hubbard (2013)	x	x	x	
Era da Rede.			Bizzarri (2010)	x	x	x	
Computadores e Internet permeando a cadeia de valor em todos os setores econômicos.	Moriset (2013)		x	x		x	
Computadores e tecnologias móveis.	Spinuzzi (2012)			x	x	x	

Fonte: Elaborado pelas Autoras

O fator contribuinte relacionado ao avanço da tecnologia, conforme o quadro 1, diz respeito a disseminação das tecnologias de informação e comunicação, que também contribuíram e impactaram para as transformações sociais, econômicas e no mercado de trabalho. Quando as descrições são associadas aos pilares da economia colaborativa, é possível visualizar uma forte associação ao pilar pessoas, princípios sociais, e ao pilar economia, que diz respeito a partilha dos gastos e redução de recursos.

Examinar os fatores que contribuíram para o surgimento dos espaços colaborativos, nos faz questionar se estes mesmos fatores continuarão motivando o surgimento de mais espaços no futuro, em um novo contexto de mundo. Sabemos que a natureza do trabalho continua mudando, que novas tecnologias e inovações em diversos campos surgem, que novos desenhos de cidades passam a ser criados, que novas gerações com novas demandas

estão despontando e com isso o negócio de *coworking* também mudará.

O FUTURO DOS *COWORKINGS*

O *coworking* hoje

Em 2017, estima-se que mais de 1,1 milhão de pessoas foram trabalhar em 13.800 espaços de *coworking* em todo o mundo, de acordo com o Global Coworking Survey 2017⁷. Para colocar isso em perspectiva, se cada espaço de *coworking* fosse de propriedade da mesma empresa, teria mais locais em todo o mundo do que o Walmart.

O crescimento deste modelo foi elevado, o que gerou, em 2015, o primeiro censo dedicado a estes lugares, realizados pelo site Coworking Brasil, e teve a finalidade de entender e analisar o mercado brasileiro e apontou que em 2018 já havia 1.184 espaços do tipo registrado no país. Esse modelo de negócio gera 88 mil estações de trabalho, aproximadamente 7 mil postos de empregos diretos e indiretos, circula cerca de 214.000 pessoas a cada ano por esses escritórios, movimentando R\$ 127.000.000,00. Os *coworkings* no Brasil apresenta um forte crescimento de mercado, visto que é cada vez mais comum que aspirantes a empreendedores tenham interesse em abrir escritórios compartilhados e segundo dados do SEBRAE⁸, o País registra, um crescimento médio anual de 20% no número de espaços do gênero.

Com relação ao perfil dos profissionais que atuam nesses espaços, dados apresentados pela Deskmag⁹ apontam que 54% dos *coworkers* no mundo são *freelancers* ou autônomos, com idade média de 34 anos e em sua maioria homens. Os registros no Brasil igualam-se em relação a um número maior de homens se utilizando dos espaços de *coworking*, assim como a idade, que contempla uma faixa etária entre 26 e 35 anos. Porém, o *status* profissional maior em nosso país é de empreendedores *freelancers*, com representatividade de 54% (COSTA, 2014). De acordo com o senso Coworking Brasil (2018), 17% são *freelancers* (empresa individual), especializados em alguma área.

Esses espaços, possuem algumas características comuns. De acordo com o SEBRAE (2017), a maioria dos *coworkings* oferecem um pacote básico de serviços, que inclui recepção, endereço para registro no CNPJ, impressão, limpeza e manutenção. Quanto a estrutura, o espaço é flexível, com áreas de trabalhos comuns, para promover a interação social, e espaços isolados, que segundo Spinuzzi (2012), seguem regras de silêncio e

⁷ Disponível em: <https://goo.gl/Eb1FzT>

⁸ Disponível em: <https://goo.gl/iK2wXB>

⁹ Disponível em: <https://goo.gl/Bz7KK5>

concentração. São geralmente instalados em uma casa ampla, com múltiplas salas, cozinha e espaços ao ar livre dedicados a confraternizações e estacionamento. Há também o cuidado em oferecer internet dedicada e a atenção com os móveis modernos e ergonômicos.

Segundo o censo Coworking Brasil (2018), os espaços colaborativos possuem em média 384m² de área, 31% com acesso 24 horas, 24% são *pet friendly* (amigos dos animais) e 4% *kids friendly* (amigos das crianças). A maioria dos espaços de *coworking* são utilizados por pequenas empresas ou *freelancers*, mas à medida que a natureza do trabalho evolui, a demanda por novas tecnologias e a contínua transformação da sociedade explode, podemos esperar que o *coworking* seja diferente no futuro. Assim, estes espaços conquistam terreno fértil para se estabelecerem e angariarem adeptos e, estes espaços estão evoluindo, concentrando esforços em outros serviços que melhorem as experiências dos membros e a rentabilidade para seus investidores.

O *coworking* no futuro

Os *coworkings* também são impactados pelas tendências e reconhecê-las, pode ajudar a compreender alguns movimentos de mercado, o potencial de crescimento destes espaços colaborativos, os desafios a serem enfrentados, prever a relevância de certos aspectos para as pessoas e preparar melhor os empresários deste segmento. A observação e a análise das tendências podem fornecer pistas fundamentais para o desenvolvimento de novos produtos/serviços, estratégias e campanhas, ao fazer previsões e estudar tendências pode-se valorizar pontos de vista específicos para se projetar esse indeterminado futuro (PUCHASKI, 2008).

Erner (2005), considera tendência como qualquer fenômeno de polarização pelo qual um mesmo objeto – no sentido mais amplo da palavra – seduz simultaneamente um grande número de pessoas. Para isso, utiliza-se de algumas ferramentas para identificação de comportamentos e análise da evolução de mentalidades, como o Estudos de Tendências¹⁰ e o *Coolhunting*¹¹. Para a CWK (2017), as categorias de tendências são a individualização, mudanças demográficas, globalização, estilo de vida, convergência tecnológica entre outras, que são analisadas a partir de cada área como negócios, educação, gastronomia, moda e *design* etc.

¹⁰ Estudos sobre o comportamento social que permitam um melhor entendimento de padrões e tendências (VEJLGAARD, 2008).

¹¹ De caráter intuitivo, é utilizado para identificar tendências e compreender elementos culturais e sociais e sua relação com os comportamentos (GOMES; LOPES e ALVES, 2016).

Contudo, apesar do crescimento de espaços de *coworking* pelo mundo, essa temática ainda permanece pouco explorada, e não são identificados artigos científicos quanto as mudanças que esses espaços irão sofrer. O tema é tratado em reportagens, que discutem o panorama relativo ao futuro destes espaços, caracterizados fortemente por publicações estrangeiras. Para a análise do futuro dos *coworkings* e das tendências que poderão impactar e trazer mudanças para estes negócios, foi realizada uma pesquisa em sites nacionais e internacionais, com foco em reportagens entre 2017 e 2018, sendo identificadas e escolhidas 19, que abordavam o tema proposto. Após a seleção, partiu-se para a análise de conteúdo e discussão dos resultados.

O Quadro 2 traz as perspectivas de mudanças nos *coworkings*, com a descrição das novas características dos espaços colaborativos, atribuídas nas reportagens, e as dimensões/tendências comuns às mudanças apresentadas, criadas pela autora. Também foi identificado os fatores contribuintes para o surgimento dos espaços de *coworking*, afim de verificar se estes motivadores continuarão influenciando estes espaços.

O quadro 2 revela que uma importante mudança no modelo de negócio colaborativo são os espaços temático e de nicho, que irão concentrar empreendedores, serviços, recursos e conteúdos focados em um determinado assunto. Isto cria um poderoso *hub* para a troca de conhecimento especializado, além de serviços e equipamentos específicos para atender a comunidade. Nota-se também a tendência de aproximação com o mercado, indicando a migração de grandes empresas para os *coworkings* e a abertura de novos espaços vinculados ou patrocinados por grandes empresas, que impactam também com mudanças no perfil do público e no espaço físico e estrutura. Em relação ao espaço físico e estrutura, as mudanças indicam mais e maiores espaços, com áreas comuns, mesas longas e áreas com vidros, promovendo mais networking entre os *coworkers* e trazendo amplitude e visibilidade para os espaços.

Quanto ao público, o quadro 2 aponta que os *coworkings* precisam estar atentos para a entrada da Geração Z no mercado, com muita informação e poder de influência e decisão. De uma forma geral, segundo a Évolus (2018), esta geração está em busca de crescimento profissional, aprendizado e conquista de sua independência financeira, são exigentes, críticos, gostam de horários flexíveis e não gostam de hierarquia. Um grupo demográfico importante e que irão requerer espaços colaborativos que atendem seu perfil e suas demandas.

Quadro 2: Perspectivas de mudanças nos *coworkings*.

Autor/ Fonte	Características	Dimensão/ tendência da mudança	Fatores contribuintes			
			Mudanças na economia	Mudanças no mercado de trabalho	Necessidades sociais	Avanço da tecnologia
Évolus	A nova força de trabalho de consumidores será formada pelos Millennials e pela Geração Z.	Público		x	x	
WGSN	Os jovens da Geração Z estão determinados a mudar tudo. Com estimativa mundial de atualmente 2 bilhões, eles serão o maior grupo demográfico em poucos anos. Eles têm mais informação à sua disposição do que qualquer outra geração anterior.			x	x	x
Goldman Sachs	Entender a Geração Z é importante: já controlam o equivalente a US\$ 44 bilhões em poder de compra nos EUA, influenciam nas decisões da casa, acreditam que ter muito dinheiro é sinal de sucesso.		x	x	x	
CWK Coworking	Escritórios de <i>coworking</i> vão atender às necessidades específicas de profissionais como advogados, arquitetos, médicos, contadores e muitas outras profissões que necessitam de equipamentos específicos ou mesmo de salas privativas para atenderem seus clientes. Essa segmentação proporciona ao cliente mais visibilidade, troca de experiências e novas possibilidades de negócio. Os espaços serão estilizados conforme a personalidade daquele público.	Coworking temático/Nicho		x	X	
Exame	Espaços de <i>coworking</i> temáticos terão a força de concentrar empreendedores, serviços, recursos e conteúdos focados em um determinado assunto (moda, games etc.), criando um <i>hub</i> para a troca de conhecimento especializado, além de serviços e equipamentos específicos para atender a comunidade.		x	x	x	
Desk Coworking	Especialistas consideram que focar em um nicho específico é uma ótima oportunidade, sobretudo, para seus membros fazerem novas articulações. São vários os <i>coworkings</i> voltados para profissionais de uma mesma área de atuação no Brasil. Ou até mesmo espaços que reúnem toda a cadeia produtiva de um mesmo mercado. Uma realidade na qual todo mundo sai ganhando – profissionais, clientes e <i>coworkings</i> .		x	x	x	
All Work	Ao mesmo tempo em que estamos vendo mais consolidação na ponta, com o crescimento geral do <i>coworking</i> e o reconhecimento do valor do <i>coworking</i> , você começará a ver mais e mais espaços de nicho.		x	x	x	
Work Design Magazine	Embora grande parte da conversa esteja focada principalmente em grandes provedores, há uma safra crescente de espaços de trabalho de nicho que têm pontos de vista exclusivos sobre o espaço de trabalho compartilhado.		x	x	x	
BHQM	Quando os <i>hubs</i> de <i>coworking</i> começaram, eles atraíram uma seção muito ampla da comunidade de <i>freelancers</i> e pequenas empresas. Comerciantes únicos e donos de empresas vêm de todos os tipos de indústria - arte e <i>design</i> , finanças, construção e arquitetura, moda e consultoria profissional entre muitos outros. Agora que a boa notícia está se espalhando sobre as enormes oportunidades disponíveis para aqueles que as utilizam, os espaços de <i>coworking</i> estão se tornando cada vez mais nichos.		x	x	x	
Corenet Global Brazil Chapter	Essa prática combina espaço físico com necessidade de trabalho, otimização do tempo, redução de custos e satisfação do funcionário. Neste contexto, a tendência apresentada para 2020 mostra que, em média, apenas 47% das atividades corporativas e administrativas de uma empresa continuarão a ser executadas em escritórios corporativos como conhecemos hoje. Há uma tendência de crescimento significativo das atividades em <i>home office</i> , <i>coworking</i> e demais espaços.		x	x		x
Exame	<i>Coworking</i> deixa de ser sinônimo de espaço de trabalho para profissionais <i>freelancers</i> , autônomos e <i>startups</i> , sendo cada vez mais comum ver empresas buscando espaços compartilhados e geridos por terceiros. Trata-se de um movimento que representa redução de custos, simplificação de suas operações, além de maior <i>networking</i> e colaboração.	Aproximação do mundo corporativo	x	x		x
GCUC	A crescente necessidade de maior flexibilidade e agilidade no local de trabalho está levando mais empresas a usar espaços de <i>coworking</i> para algumas de suas necessidades espaciais. Essa tendência se acelerará nos próximos 5 anos, especialmente devido a empresas que desejam reduzir sua exposição a contratos de longo prazo e funcionários que insistem em mais opções de trabalho.		x	x	x	
WeWork	Grandes empresas como a Microsoft ou a IBM usaram os espaços da WeWork em lugares onde não precisam ter tantos funcionários ou áreas onde acreditam que seus funcionários podem se beneficiar de um ambiente externo. Mas muitas dessas empresas agora estão testando integrações mais profundas: a WeWork gerencia um prédio inteiro para a IBM em Greenwich Village e agora administra o escritório da Airbnb em Berlim, bem como o escritório da Amazon em Boston.			x		
Coworking Europe	O layout físico do espaço de <i>coworking</i> inclui mesas longas em uma área aberta, muitas áreas comuns, como cozinhas e salas de conferência, e um pequeno número de escritórios fechados. O resultado é que advogados, engenheiros, ambientalistas e até mesmo dramaturgos compartilham o mesmo espaço.	Espaço Físico/Estrutura	x		x	x
House and Leisure	Internet de fibra óptica, suporte de TI em tempo integral, ginásio e instalação de chuveiro, vídeo conferência, sala de reuniões e sala de apresentação.			x	x	
Cat Johnson Content	O <i>coworking</i> terá mais e maiores espaços.			x	x	
WUN System	Espaços de <i>coworking</i> em lugares inesperados e em locais de fácil acesso.			x	x	
TrendWatching	Os espaços de <i>coworking</i> serão uma grande caixa de vidro, trazendo amplitude e visibilidade.			x		
Gcuc	Ao contrário da crença popular, o seu tempo não é o seu bem mais valioso - a sua saúde é. Sem a sua saúde, você não tem tempo para gastar. Acreditamos que a maior tendência que se verá, é o foco na saúde e no bem-estar geral. Nós não estamos falando apenas de hospedar aulas de ioga em seu espaço, estamos falando de saúde física, e talvez mais importante mentalmente.	Conveniência		x	x	
Glandore	Muitos escritórios de <i>coworking</i> já oferecem uma série de atividades de bem-estar, incluindo aulas de saúde e sessões de ioga. Em 2018, prevê-se que uma ênfase na saúde mental se tornará parte de muitos programas de bem-estar nestes locais de trabalho.				x	
All Work	Programas de bem-estar tornaram-se bastante populares, com empresas e operadores de espaço de trabalho oferecendo aulas de ioga, acesso ao ginásio, salas de meditação e descanso, e assim por diante. Veremos o bem-estar numa nova abordagem: em saúde mental.				x	
House and Leisure	Os espaços de <i>coworking</i> terão café servido por barista.			x	x	

O resumo também permite indicar que as mudanças relacionadas a conveniência estão relacionadas com o bem-estar físico e mental, a fim de evitar altos níveis de estresse e desgaste entre os *coworkers*. Segundo a All Work (2018), embora muito do bem-estar tenha sido originado para a saúde física, com o design do local de trabalho incentivando as pessoas a andar mais, a subir escadas, a beber mais água, permitindo mais luz natural e assim por diante, nos próximos anos o novo foco para o bem-estar, será saúde mental. Esta demanda reforça a mudanças no tamanho dos espaços, indicado também no quadro.

Ao se analisar os fatores contribuintes para o surgimento dos *coworkings*, é possível destacar que as mudanças no mercado de trabalho e as necessidades sociais continuarão sendo os principais motivadores para o surgimento e para as mudanças nos espaços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O consumo colaborativo é resultante de uma série de fatores históricos, culturais, econômicos, sociais e tecnológicos. Os novos arranjos organizacionais extrapolam os muros e barreiras que existiam nas empresas tradicionais para se refazerem em contextos mais dinâmicos, criativos e complexos, fazendo surgir os *coworkings*.

Os espaços de *coworking* trouxeram uma nova cultura de trabalho, e conforme indicado pela pesquisa, os principais fatores contribuintes para o surgimento dos *coworkings* foram as mudanças na economia, mudanças no mercado de trabalho, as necessidades sociais e os avanços da tecnologia. Essa classificação possibilitou identificar quais pilares da economia colaborativa suportaram estes motivadores, sendo os pilares de pessoas e economia com maior frequência. Ao mapear as configurações que esses espaços terão no futuro e identificar as tendências que poderão impactar nesse modelo de negócio colaborativo, foi possível compreender que os *coworkings* deverão sofrer mudanças relacionadas ao público, ao mercado de nicho, aproximação com o mundo corporativo, espaço físico e estrutura, e conveniência. Além disso, essa análise possibilitou identificar que os fatores necessidades sociais e as mudanças no mercado de trabalho, continuarão sendo os principais motivadores do surgimento de novos espaços colaborativos e de suas mudanças. É possível também destacar que dada a importância da dimensão conveniência, como tendência de futuro, com foco no bem-estar físico e mental, pode se tornar um fator contribuinte do surgimento de novos *coworkings* no futuro. Os *coworkers* poderão buscar por este espaço para assegurar uma continuidade ou melhoria dos seus hábitos (alimentares, atividade física, *networking*) que impactam na sua produtividade e qualidade de vida. As empresas também poderão identificar

neste quesito um motivador para instalar seus times neste ambiente e garantir assim, a satisfação dos seus funcionários.

Uma coisa é certa: as pessoas vão mudar e os *coworkings* que quiserem se manter ou surgir no mercado, também precisam mudar e continuarem sendo uma alternativa interessante de colaboração, de organização do trabalho e de proximidade desses trabalhadores. Espera-se que o presente estudo possa estimular a discussão sobre novas configurações dos espaços colaborativos, contribuindo com o desenvolvimento de futuros estudos sobre a temática e para os empreendedores que queiram iniciar ou manter seu negócio de espaço colaborativo.

REFERÊNCIAS

ALLEN, D.; BERG, C. **The sharing economy: How over-regulation could destroy an economic revolution.** *Institute of Public Affairs*, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/2diBmz>.

ANTUNES, R.; ALVES. **As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital.** *Educação & Sociedade*, 25 (87), 335-351, 2004.

BARBOSA, P. Harvard. **Trends 2013: 45 Tendências de gestão.** [S.I]: Vida Econômica, 2012.

BARDHI, F., ECKHARDT, G. M. **Access-based consumption: The case of car sharing.** *Journal of Consumer Research*, 39, 881-898, 2012.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo.** Porto Alegre: Bookman Editora, 2010.

———. **O que é seu é meu - consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo.** Bookman , 2011.

CAPPELLI, P. and KELLER, J.R. **Classifying work in the new economy.** *The Academy of Management Review*, 38(4): 1-22, 2013.

COSTA, R. B. **Na Trilha dos Vínculos: Sobre Consumo e Colaboração.** Anais do Encontro Nacional de Estudos do Consumo, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2014.

COWORKIN GBRASIL. **Senso: Evolução do coworking no Brasil, 2018.** Disponível em <https://goo.gl/fPYW9K>. Acessado em: 22 de Julho de 2018.

DEIJL, Claudia. **Two Heads Are Better Than One: A Case Study of the Coworking Community in the Netherlands.** Erasmus University Rotterdam, 2011.

EATON, S. C. **If you can use them: flexibility policies, organizational commitment, and perceived productivity.** KSG Faculty Research Working Paper Series, 01-009, 2001.

FAGUNDES, M. M. **Competência Informacional e Geração Z: um estudo de caso de duas 15 escolas de Porto Alegre.** Trabalho de Conclusão de curso biblioteconomia, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Porto Alegre, 2011.

FORLANO, Laura. **When code meets place: Collaboration and innovation at WiFi hotspots (Ph.D.).** Columbia University, United States -- New York, 2008.

- FOST, D. **Coworking: a cooperative for the modern age**. The New York Times, São Francisco, 21 de Fevereiro de 2008.
- GANDINI, A. **The rise of coworking spaces: A literature review**. *Ephemera: theory & politics in organization*, 15(1), 193-205, 2015.
- GANSKY, L. Mesh. **Porque o Futuro dos Negócios é Compartilhar**. RJ: Alta Books, 2011.
- GIANNELLI, Márcio Augusto. **COWORKING: O porquê destes espaços existirem**. Trabalho de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, da Universidade São Judas Tadeu. SP, 2016.
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.
- KAUFMAN, Dora. **Empresas e Consumidores em Rede: um Estudo das Práticas Colaborativas no Brasil**. São Paulo: Annablume, 2013.
- KOJO, I. V. I., & NENONEN, S. **Places for multi-locational work: opportunities for facilities management**. *Facilities*, 33 (2), 20-37, 2014.
- LEFORESTIER, A. **The coworking space concept**. CINE Term Project. Indian Institute of Management (IIMAHM), Ahmedabad, 2009.
- MAURER, A. M., FIGUEIRÓ; Et al. **Yes, we also can! O Desenvolvimento de Iniciativas de Consumo Colaborativo no Brasil**. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 12(1), 68-80, 2015.
- MCCRINDLE, M. **The ABC of the XYZ: Understanding Global Generations**. Sydney: UNSW Press, 2011.
- MÖHLMANN, M. **Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again**. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207, 2015.
- MURAYAMA, Anna. **Coworking e a evolução dos espaços de escritórios até hoje**. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/GuVe3z>. Acesso em: 1 nov. 2016.
- OSNOWITZ, D. **Freelancing expertise: Contract professionals in the new Economy**. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2010.
- POHLER, Nina. **New types of work spaces for new types of work: Coworking spaces**. *Osterreichische Zeitschrift Fur Soziologie*, 37(1), 65-78, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/3S1cLx>.
- PUCHASKI, Kleber R. **Feel the future: perceptions of branding and design towards product development in the motor industry**. Royal College of Art. Londres, 2008.
- SILVEIRA, Lisiane Mello et al. **Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?** *RGE – Revista de Gestão (USP)*, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/BtC1xr>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- SPINUZZI, Clay. **Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity**. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/npZW5X>.
- VEJLGAARD, Henrik. **Anatomy of a Trend**. New York: McGraw-Hill, 2008.