

XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

MAPEAMENTO SISTEMÁTICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A RELAÇÃO ENTRE COWORKING E DESEMPENHO DAS STARTUPS

SYSTEMATIC MAPPING OF SCIENTIFIC PRODUCTION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN COWORKING AND STARTUP PERFORMANCE

Paulo Isnard (Universidade FUMEC e PUC MINAS)

Armando Aguiar Filho (Universidade FUMEC)

Eric Ferreira (Universidade FUMEC)

Jeferson Oliveira (Universidade FUMEC)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Investigar a influência de modelo de negócios no desempenho das organizações é uma preocupação frequente dentro da área acadêmica e corporativa e vem sofrendo mudanças constantes nas últimas décadas. Estudos mostram que algumas dessas novas modelagens de negócios, por exemplo as *startups* e *Coworkings*, contribuem para a alavancagem e interferem de forma intensiva no desempenho das organizações. Este artigo investigou como os *Coworkings* contribuem para o desempenho de *startups*, por meio das publicações analisando o estabelecimento das relações entre ambos. O objetivo geral do artigo foi analisar através das publicações científicas as características de um modelo do negócio praticado pelos *Coworkings* para esse desempenho, e os objetivos específicos foram: a) identificar pela literatura, pesquisas sobre as relações entre Modelo de Negócio, *Startups* e *Coworking*, b) identificar atributos praticados pelas *startups*, c) avaliar características dos modelos de negócio *Coworking* e d) analisar a relação das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking*. Utilizou-se de uma pesquisa qualitativa descritiva, através de um mapeamento sistemático da produção científica da junção dessas duas temáticas. Os principais resultados mostraram que a inovação no modelo de negócio *Coworking* influencia positivamente o desempenho das *startups*, pois propicia oportunidades para interações sociais.

Palavras-chave: Modelo de Negócio; *Startup*; *Coworking*; Inovação; Incubadora.

Abstract: The business model's influence on investigating the performance of organizations is a constant concern within the academic and corporate area and has undergone constant in the last decades changes. Readings show that some of these new business models, for example *startups* and *Coworkings*, subsidize to leverage and affects in the performance of organizations. This article explored how *Coworkings* contribute to the performance of *startups*, through publications analyzing the establishment of relations between the two. The main objective was to analyze the characteristics of a business model practiced by the *Coworkings* for this performance through the scientific publications, and the specific objectives were: a) To identify in the literature, research on the relations between Business Model, *Startups* and *Coworking*, b) identify attributes practiced by *startups*, c) evaluate characteristics of *Coworking* business models, and d) analyze the relationship between the dimensions of the *startups* business model and *Coworking*. It was used a descriptive qualitative research, through a systematic mapping of the scientific production of the junction of these themes. The key results showed that innovation in the *Coworking* business model positively encourages the performance of *startups* as it provides opportunities for social interactions.

Keywords: Business Model; *Startup*; *Coworking*; Innovation; Incubator.

1 INTRODUÇÃO

Desde o advento da chamada Era do Conhecimento estabeleceu-se um novo modelo de negócio que considera como os indivíduos e organizações se relacionam em busca de desempenho organizacional. Uma *startup* pode ser entendida como um novo modelo de negócio (CASANOVA; CORNELIUS; DUTTA, 2018; DRUCKER; NOEL, 1986) ou um empreendimento embrionário, o que se assemelha ao conceito de negócio da citada Era, no entanto é comum que nem todos os novos negócios sejam considerados *startups* (ROCHA; QUANDT, 2018; SCATTONI *et al.*, 2019).

As atividades relativas à alavancagem de negócios e os fatores que o influenciam e interferem de forma intensiva sobre como se dá o surgimento de uma nova empresa no mercado (CASTELLS, 2007; DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

Toffler (1980), dentre outros autores como Schumpeter classificam as Eras como ciclos, se pautando, no entanto, por demarcar o avanço da tecnologia. Além das *startups* (CENTOBELLI; CERCHIONE; ESPOSITO, 2017), outro modelo expoente do mercado é o *Coworking*, (NAIR; BLOMQUIST, 2019) que a partir das consequências da crise econômica global transformaram as práticas e os significados dos modelos de negócio. A literatura sugere que formas não padronizadas de emprego se tornaram comuns e individualizadas (SCHUMPETER, 1988; TOFFLER, 1980).

Diante do exposto, a questão que norteia este artigo é: Como o Modelo de Negócios *Coworking* contribui para o desempenho das *startups*? Com a presente pesquisa objetiva-se analisar através das publicações científicas os impactos das características de um modelo de negócio praticado pelos *Coworkings* para esse desempenho. Especificamente, pretende-se:

a) identificar pela literatura, pesquisas sobre as relações entre Modelo de Negócio, *Startups* e *Coworking*; b) identificar os atributos praticados pelas *startups*; c) avaliar as características dos modelos de negócio *Coworking*; d) analisar a relação das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking*.

Provocativo, atual e desafiador são justificativas para a proposição do tema abordado neste artigo. O tema é atual porque propõe uma relação entre *Coworking* e *startups* (ROSS; RESSIA, 2018), modalidade de negócios emergente e por vezes ainda incipiente. Abordar modelos de negócio em diferentes tipos de empresas é um desafio, pois, tratar questões interdisciplinares, é abordar aspectos conflitantes. No que diz respeito às publicações acadêmicas, há claramente uma lacuna. A abordagem dos temas isoladamente reflete publicações em grande número, entretanto, quando do entrelaçamento dos temas, as

publicações ainda não apresentam relevância acadêmica. Assim a pesquisa mostrou, consistentemente, uma lacuna acadêmica envolvendo os temas, provocando interesse e curiosidade (KOZAKOVA, 2019).

Relativo aos fins, a pesquisa é descritiva, quanto à abordagem, é qualitativa. Este estudo foi desenvolvido para verificar como essa temática vem sendo difundida nas publicações científicas por meio de um mapeamento sistemático da produção científica com abordagem descritiva. A metodologia do levantamento teve início pela busca no Portal CAPES de bases de dados científicas dos termos chaves: Modelo de Negócio, *Startup* e *Coworking*. A base de dados que recuperou maior número de publicações foi a SCOPUS. De posse dos dados da literatura foi então realizada a análise temporal, identificação dos principais autores e áreas de concentração do tema.

Com base nos dados selecionados e analisados foi elaborada uma síntese apresentada neste artigo. A análise decorreu dos aspectos privilegiados pelos critérios de busca, detalhados no quadro a seguir, definidos e utilizados em todas as buscas.

Quadro 1 - Critérios de Busca

Realizada em:	16/04/2019
Termos de pesquisa:	Foram adotados os descritores em quatro buscas diferentes, isoladamente, e a união dos três termos <i>Coworking</i> and "business model" and <i>startup</i>
Chave de busca:	TITLE-ABS-KEY
Período:	Superior a 2000
Campos de Pesquisa:	Qualquer
Tipo de Publicação:	Só artigos com textos completos
Nível da Publicação:	Sem restrição
Periódicos:	Bases do Portal de Periódico CAPES
Idiomas:	Português e Inglês
Retornos:	____ documentos

Fonte: dados da pesquisa

Após esta Introdução, na qual o contexto, problema, metodologia da pesquisa, objetivos e demonstrada a motivação do tema, o artigo é composto por quatro outras sessões, Trabalhos Relacionados, Resultados, Considerações Finais e Referências.

2 TRABALHOS RELACIONADOS

Essa seção apresenta os conceitos que deram a sustentação teórica para o estudo. Após a apresentação dos temas isoladamente, foi realizado um entrelaçamento entre os três de maneira a permitir a análise da relação das dimensões do modelo de negócio nos atributos das *startups* com as características do *Coworking*. Em todas as subseções, foi utilizado o protocolo de critérios de busca definido na seção anterior.

2.1 Modelo de Negócio

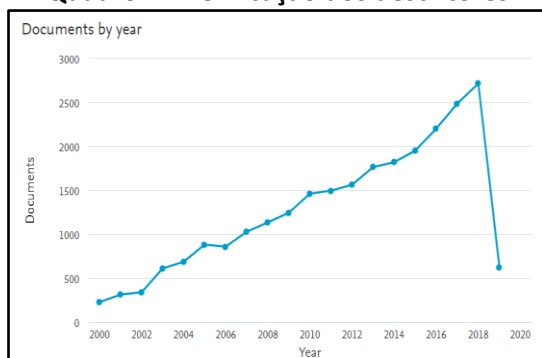
Ao longo dos anos o conceito de negócios vem evoluindo e alguns autores considerados seminais (SPINUZZI *et al.*, 2018), retratam detalhadamente as consequências das mudanças na modelagem de negócios e seus impactos nas novas organizações.

É possível observar que ao longo das últimas décadas, a globalização e a mudança tecnológica alteraram as relações entre localização geográfica e atividade econômica compartilhada impulsionada pelas inovações tecnológicas (ZIVIANI, 2015), em especial nas comunicações que permitem uma reconfiguração das interações entre indivíduos e instituições nos domínios do trabalho (CASTELLS, 2007; LEVY, 2018).

Como consequência desta modificação na atividade econômica oriunda da reorganização geográfica, economia compartilhada e o enfraquecimento de estruturas sociais baseadas em classes (BAUMAN, 2013), remete uma vez mais um modelo de negócio com base em relacionamentos associativos, é possível identificar uma orientação no sentido da solidificação de um novo modelo de negócio, um dos mais destacados desses novos conceitos, e uma tendência global, é a *startup*, que os mesmos definem como prática de trabalho em que há frequentemente cooperação, intencional ou não (GRANOVETTER, 1973).

Aplicando-se o critério de busca, retornaram 21.147 documentos. Dentre os documentos obtidos na pesquisa, realizou-se uma análise longitudinal com a verificação da ocorrência dos descritores dentro do intervalo de tempo de 2000 a 2019 a fim de identificar a intensidade das publicações. O resultado dessa análise pode ser visto nos quadros a seguir.

Quadro 2 - Verificação dos descritores



Fonte: dados da pesquisa

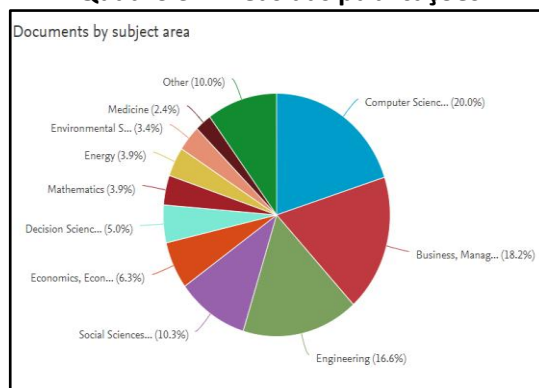
Identifica-se que os estudos se intensificaram, demonstrando atualidade dos temas.

Principais áreas das publicações encontradas.

2.2 Startup

As *startups* se popularizaram no estabelecimento de novos negócios no Vale do Silício (YANG; SUN; ZHAO, 2019), sendo usada como uma maneira de descrever o fenômeno das novas pequenas empresas baseadas em tecnologia que surgiam a partir do investimento de capital

Quadro 3 - Áreas das publicações



Fonte: dados da pesquisa

A área de maior concentração das publicações é a computação. Esse resultado pode ser reflexo da evolução dos estudos em desenvolvimento de novos produtos a partir de 2000.

de risco. Com a difusão destas empresas o termo foi ganhando novos contornos e se estabelecendo como uma nova abordagem empresarial, especialmente ligada ao empreendedorismo (NAIR; BLOMQUIST, 2019).

No recorte proposto por este artigo, configura-se como elo de ligação entre os demais temas, *Coworking* (ISNARD; NEVES; MESQUITA, 2017) e modelo de negócio (NONAKA; TAKEUCHI, 1998). *Startups* (ROCHA; QUANDT, 2018) nascem com o intuito de explorar comercialmente uma ideia de potencial inovador com um risco considerável, para isso, necessitam de flexibilidade nas regras de negócio, alocando recursos de modo eficiente para obter um produto com valor de mercado (LINDGREN; JØRGENSEN, 2012).

As diferentes estratégias e visões de negócio particularizam *Startups* e há uma aproximação natural do *Coworking*, sendo estes pontos que fazem a união das duas pontas interessantes para a atual era de negócios e tecnologia. Temos por um lado o modelo empresarial convencional usado por quem decide abrir um negócio, desde o contrato social até o vínculo com funcionários, as *startups* são mais frequentes em empresas tecnológicas porque é menos custoso criar uma empresa incubadora (MIETTINEN, 2018) que uma no modelo convencional.

São empresas jovens e buscam a inovação em diferentes áreas ou ramo de atividade (FREIRE; CENDON; MACULAN, 2018), procurando desenvolver um modelo de negócio escalável e que seja repetível, normalmente de pequeno porte, recém-criadas ou ainda em fase de constituição, com atividades ligadas ao desenvolvimento de ideias inovadoras (FACCIN; BITENCOURT; IAKOVLEVA, 2019), cujos custos de manutenção são baixos por serem compartilhados, oferecendo a possibilidade de foco no desempenho (CASANOVA; CORNELIUS; DUTTA, 2018).

Outras definições aproximam-se do conceito de *startup* e os termos utilizados para se referencia-las incluem, aceleradores, *Coworking*, incubadoras, etc. Mas a diferença, como ressaltado neste artigo faz-se vital, pois as informações apresentadas revelam as dimensões pelas quais as *startups* podem ser diferenciadas.

Aplicando-se o critério de busca definido, retornaram 19.234 documentos. Foram selecionadas dezoito publicações, que apresentaram o maior número de citações, para leitura aprofundada, resultando nos atributos identificados no quadro abaixo.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

Quadro 4 - Publicações selecionadas sobre *Startups*

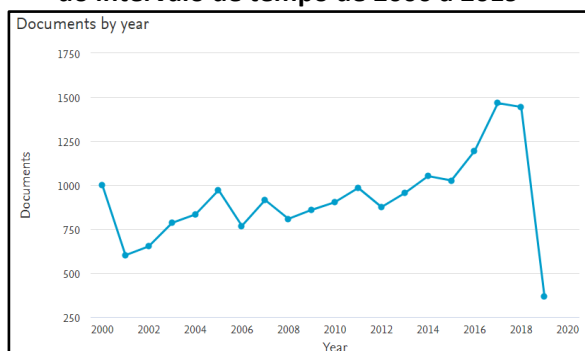
Nº	Título do artigo	Referência	Atributos identificados
1	Internet of Things(Iot): Um Cenário Guiado por Patentes Industriais	Givaldo Almeida dos Santos, Glaucio Jose	Inovação, tecnologia e
2	Investigating Faster Techniques for Digitization and Print-on-Demand	Edmund Chamberlain (2012)	Inovação
3	Exploiting Model Driven Technology: A Tale of Two Startups	Tony Clark ; Pierre-Alain Muller (2012)	Startup e tecnologia
4	Governança Tecnológica e Cooperabilidade nas Multinacionais Brasileiras	Priscila Rezende da Costa ; Geciane Silveira	Inovação e gestão
5	Emerging Sectors and Entrepreneurial Players: The Case of Internet of Things Technologies	Rosangela Feola; Roberto Parente ; Valter	Inovação, iot
6	Study of the Start-up Ecosystem in Lima, Peru: Collectiv Case Study	Carlos Hernández ; Domingo	Startups e ecossistema de
7	Does a Technology Incubator Work in The Regional Economy? Evidence from South Korea	Young Kim ; Chang Mu Jung (2010)	Startups e Incubadoras
8	Technoparks and Technology Transfer Offices as Drivers of an Innovation Economy: Lessons from Istanbul's Innovation Spaces	Gökçen Arkalı Olcay ; Melih Bulu (2016)	Inovação e Incubadoras
9	Innovative green economy, urban economic performance and urban environments: an empirical analysis os US cities	JiYoung Park ; William Page (2017)	Inovação e Sustentabilidade
10	Role of Innovation System in Development of Biotechnology in South Africa	Swapan Kumar Patra ; Mammo Muchie (2017)	Biotecnologia e Inovação
11	Open Innovation in Emerging Markets: A Business Model Perspective	Hanna Paulose ; Sujith Nair (2015)	Inovação e Novos modelos
12	Why Startups Need Libraries (and Librarians)	Lauren Restivo (2014)	Inovação, Startup e Bibliotecas
13	Estudio de Percepción Del Potencial de Las Empresas de Base Tecnológica (Start-ups) Para el Desarrollo Y Crecimiento	José Félix García Rodríguez; Marco	Desenvolvimento econômico e
14	Análise do Modelo de Gestão da Inovação Enxuta	Pedro Paulo Sousa Neto ; José Carlos Cavalcanti	Inovação, gestão e tecnologia
15	Research on Structure and Operation of Industrial Innovation Platform of Civil-military Integration	Oingmei Tan ; Dandan Li (2016)	Inovação e Indústria militar
16	Amazon: Love Them? Hate Them? Let's Follow the Money	Ted Treanor (2010)	Inovação e Tecnologia
17	Syndicate Innovation Venturing: Translating Academic Innoations into Commercial Successes	Alain A. Vertès (2012)	Startups e tecnologia
18	Dutch Publishing Industry Seeks Startups Through the Renew the Book Competition	Martin Voigt ; Wiet de Bruijn (2016)	Startups e inovação

Fonte: dados da pesquisa

Não existe apenas um modelo único que explique como desenvolver uma ideia ou mesmo um serviço, e menos ainda, qual caminho correto trilhar. Assim as *startups* impulsionam a criação de uma empresa ou de um produto, desde o início de seu funcionamento, minimizando os riscos. Esse aprendizado é validado cientificamente por meio de experimentos que permitem ao empreendedor testar o produto ou serviço, antes de constituir formalmente uma empresa.

Dentre os documentos obtidos na pesquisa, realizou-se uma análise longitudinal com a verificação da ocorrência dos descritores dentro do intervalo de tempo de 2000 a 2019 a fim de identificar a intensidade das publicações. O resultado dessa análise pode ser visto a seguir.

Quadro 5 - Verificação dos descritores dentro do intervalo de tempo de 2000 a 2019



Fonte: dados da pesquisa

Identifica-se que os estudos se intensificaram de 2012 a 2018, entretanto mantendo-se sempre acima de 1000 por mês.

O quadro a seguir, mostra as principais áreas das publicações.

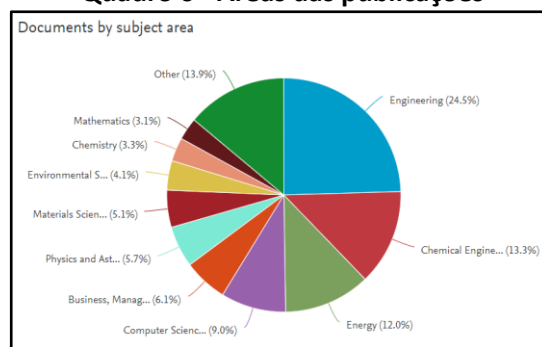
2.3 Coworking

A perspectiva histórica remete a três origens distintas comumente tratadas como práticas de *Coworking*, que se constituem como uma resposta lógica às mudanças nas condições de economia compartilhada (KOZAKOVA, 2019). Segundo Gandini (2015), a primeira delas ocorreu em 2005, onde o programador Brad Neuberg citou um novo tipo de espaço de trabalho e o chamou de co-working (com hífen), referindo-se ao trabalho em home office e afirmando que em casa ganha-se maior independência, mas sofre-se com a solidão e os maus hábitos de não estar em uma comunidade de trabalho.

Esta primeira tentativa mostrou-se limitada, sem muitas adesões, mas gerou interesse suficiente para inspirar outros modelos. Assim, outros layouts físicos com estas características foram abertos, proporcionando o desenvolvimento dos valores de *Coworking* dentro do contexto em que o trabalho compartilhado ou cooperativo se tornou o foco (BRODIE, 2018).

Aplicando-se o critério de busca definido, retornaram 9.059 documentos. Foram selecionadas nove publicações, que obtiveram o maior número de citações, para leitura aprofundada. Foi possível constatar convergências e discrepâncias entre os conceitos apresentados pelos autores. O quadro a seguir sintetiza estas exposições proporcionando o melhor entendimento e a comparação das características presentes nos *Coworkings*.

Quadro 6 - Áreas das publicações



Fonte: dados da pesquisa

A área de maior concentração das publicações é a engenharia. Esse resultado pode ser reflexo da evolução dos estudos em desenvolvimento de empresas com base tecnológica.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

Quadro 7 - Estabelecimento de comparação de conceitos

AUTORES MAIS CITADOS		SÍNTESE DAS CARACTERÍSTICAS	CITADOS POR
CITAÇÕES	FILIAÇÃO / ÁREA PESQUISA		
Granovetter (1973)	Universidade de Stanford Sociólogo americano Pesquisa sobre teoria de redes sociais e em especial sobre a disseminação de informações em redes sociais.	Embora não utilizem o termo Coworking, os autores destacam o ambiente social de trabalho a relação com a intensidade de relacionamento.. Em ambientes compartilhados de trabalho, a intensidade de um relacionamento pode estar relacionada com a quantidade de informações que circulam. O membro organizacional torna-se fundamental no universo interconectado, pois, compreende aquele indivíduo que se relaciona em redes de interações e atua exercendo sua agência política na busca de informações.	Widya et. Al, Brodie, Spinuzzi
Bauman (2013)	Autor e filósofo polonês. Pesquisava sobre os efeitos da modernidade		Brodie, Spinuzzi, Alton
Castells (2007)	Universidade da Califórnia do Sul. Sociólogo Espanhol. Pesquisa sobre interface das TICs na comunicação	Interações entre indivíduos e instituições nos domínios do trabalho . O autor explana sobre a utilização do conceito de interações por meio da tecnologia entre indivíduos e instituições para a aproximação e captação de informações, enfatizando o quanto a penetração das tecnologias pode auxiliar sobre a interações grupais. Essa interação desvela que as organizações operam em um sistema de rede globalizada onde o fluxo de informações decorre das	Capdevila, Widya et. Al, Alton
Pozzebon (1998, 2011)	HEC University Canadá e FGC EAESP. Historiadora brasileira. Pesquisa sobre Inovação em ambientes criativos	Trabalho produtivo em conjunto. A complexidade assumida por esse tipo de espaço compartilhado compreende tanto o ambiente físico quanto o cognitivo.	Brodie, Chang; Hsu
Spinuzzi (2013, 2017, 2018)	University of Texas, Austin, United States - Cientista da Informação, atualmente pesquisa sobre locais de trabalho e como as pessoas circulam informações através deles	Espaços compartilhados de trabalho. Enquanto a estratégia de especialização visa concentrar conhecimentos específicos que tenham sinergia entre si dentro de um mesmo espaço a fim de melhorar os produtos e serviços dos Coworkers, a estratégia focada em comunidades visa melhor agregar e compartilhar os conhecimentos, recursos, talentos, a rede de contatos fora do Coworking de cada membro.	Chang; Hsu, Zobel, Abigail, Spinuzzi
Groot (2013)	University of Amsterdam. Socióloga holandesa. Linha de pesquisa direcionada para ambientes compartilhados	Um efeito paralelo da vida urbana contemporânea, lança um olhar sobre o Coworking considerando-o como um novo formato de trabalho, com enfoque nos profissionais autônomos que utilizam desse espaço como forma de ampliação de sua rede de contatos.	Widya et. Al, Balakrishnan, Spinuzzi
Bouncken (2016, 2018)	University of Bayreuth, Bayreuth, Germany - Administradora de Empresas e Chair of Strategic Management and Organization realiza pesquisa sobre coworking e “sharing economy”	Espaços de Coworking são descritos, assim, 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.	Balakrishnan, Zobel
Moriset (2014)	Université Jean Moulin Lyon 3. Economista francês. Pesquisa sobre economia criativa	Espaços criativos e difusos que se diferenciam das demais interpretações. As organizações atuais buscam a manutenção de um ambiente promotor da criatividade, capaz de estimular uma nova visão de mundo, além de favorecer a instalação de uma cultura voltada à inovação.	Spinuzzi, Zobel, Abigail
Nenonen (2015, 2016)	Aalto University, Helsinki, Finlândia - Engenheira da Computação, direciona suas pesquisas atuais para o crescimento do coworking		Spinuzzi, Alton, Abigail
Gandini (2015, 2018)	Universidade de Middlesex London, United Kingdom - Sociólogo que conduz pesquisas sobre a interseção entre mídia digital, “sharing economy”, espaços compartilhados e economia colaborativa	Prática de trabalho compartilhado em que há frequentemente cooperação. Embora o trabalho em ambientes compartilhados ofereça uma comunidade estável e integrada, os benefícios do compartilhamento de informações estão fundamentados em uma grande disponibilidade de relacionamentos não vinculantes e formas de cooperação entre diversos usuários.	Balakrishnan, Spinuzzi, Alton

Fonte: Dados da pesquisa.

Exceto para Spinuzzi (2013) e Moriset (2014), os demais autores não identificam *Coworking* apenas como espaço físico de uso compartilhado, o ambiente pode ser virtual e não necessita coordenadas geográficas comuns (CAPDEVILA, 2018; SPINUZZI *et al.*, 2018). O termo

Coworking representa um formato de trabalho com base em cooperação e colaboração alicerçado em tecnologias e não diz respeito apenas ao movimento de se criar espaços físicos. Embora o termo tenha sido empregado historicamente para descrever atividades de trabalho que incentivam a prática colaborativa entre indivíduos, deriva a ideia de rompimento com o modelo convencional das organizações empresariais e de trabalho contemporâneas, uma vez que *Coworking* representa essencialmente uma nova atmosfera de trabalho conjunto (MORISSET, 2019).

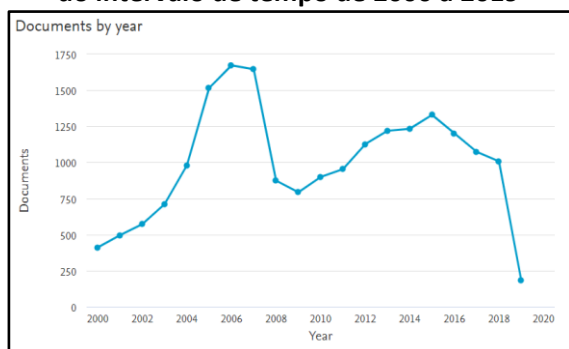
A conceituação de *Coworking* gera diferentes interpretações entre pesquisadores. A polissemia de definições e inclusive de sintaxe, direciona a busca de convergência para uma conceituação padrão a ser adotada em pesquisas futuras. Exemplos, *Coworking*, *Coworking-spaces*, *Co-working* e “*Co Working*” são citados na literatura (GANDINI, 2018; KOJO; NENONEN, 2018). Spinuzzi (2012) trata o layout de *Coworking* como espaço físico compartilhado, indicando que propiciam maior possibilidade de cooperação entre os integrantes, mesmo que eles trabalhem em iniciativas independentes.

Já Moriset (2014) cita *Coworking* como layout criativo (TOIVONEN; SORENSEN, 2018), o que se diferencia das demais interpretações de compartilhamento, proporcionando um novo ambiente e conseqüentemente um novo modelo de negócio. Kojo e Nenonen (2016) corroboram com essas afirmações ao destacarem que *Coworking* (ISNARD et al., 2012) se trata efetivamente de um modelo de negócio de sucesso e o apontam como uma tendência global.

Aparentes contradições sociais e paradoxos estruturais evocadas pelo conceito de *Coworking* decorrem da ambivalência em torno de questões como espaço físico (localização geográfica) e cooperação (interações), para incremento de produtividade. Esta dicotomia permite definir um espaço criativo e difuso que se diferencia das demais interpretações, promovendo um “inovador individualismo” (WATERS-LYNCH et al., 2016).

Com base nos documentos obtidos na pesquisa, realizou-se uma análise longitudinal com a verificação da ocorrência dos descritores dentro do intervalo de tempo de 2000 a 2019 a fim de identificar a intensidade das publicações. O resultado dessa análise pode ser visto nos quadros a seguir.

Quadro 8 - Verificação dos descritores dentro do intervalo de tempo de 2000 a 2019

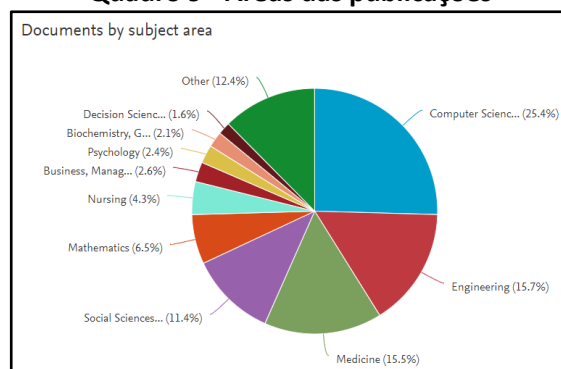


Fonte: dados da pesquisa

Identifica-se que os estudos se intensificaram de 2010 a 2016.

O quadro a seguir, mostra as principais áreas das publicações.

Quadro 9 - Áreas das publicações



Fonte: dados da pesquisa

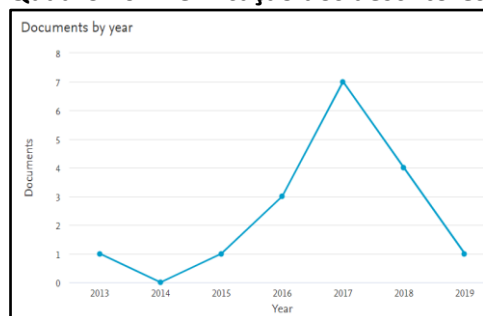
A área de maior concentração das publicações é a computação. Esse resultado pode ser reflexo da evolução dos estudos em desenvolvimento de empresas com base tecnológica.

2.4 Entrelaçando as temáticas *Coworking* e *Startup*

Aplicando-se o critério, retornaram 0 documentos. Então, alterou-se o protocolo, com o objetivo de subsidiar os objetivos deste artigo, estendendo a pesquisa a todos os campos das publicações, retornaram então, 17 documentos, ressaltando a abordagem original e evidenciando a lacuna nas publicações. Dessa forma, foi comprovada a existência de um hiato de estudos que tratam das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking*.

A partir dos documentos obtidos na pesquisa, realizou-se uma análise longitudinal dentro do mesmo intervalo de tempo a fim de identificar a intensidade das publicações. O resultado dessa análise pode ser visto nos seguintes quadros.

Quadro 10 - Verificação dos descritores

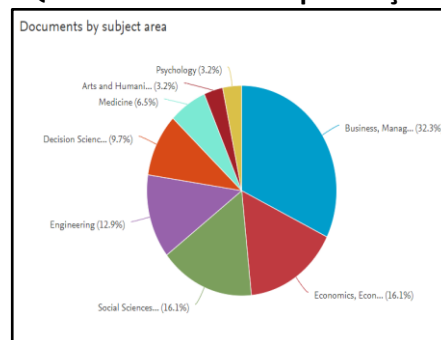


Fonte: dados da pesquisa

Identifica-se que os estudos se intensificaram de 2014 a 2017.

O quadro a seguir, mostra as principais áreas das publicações.

Quadro 11 - Áreas das publicações



Fonte: dados da pesquisa

A área de maior concentração é a de negócios, sugerindo que o modelo de

negócio em um *Coworking* pode contribuir para o desempenho das *startups*.

3 RESULTADOS

Os resultados são apresentados, visando promover uma maior capacidade de interpretação, de acordo com os objetivos, como segue.

3.1 Identificar pela literatura pesquisas sobre as relações dos temas

Quando se analisa os temas em conjunto consegue-se uma visão entrelaçada permitindo atender o objetivo geral, que a inovação no modelo de negócio *Coworking* influencia positivamente o desempenho das *startups*, pois propicia oportunidades para interações sociais. A análise possibilitou identificar atributos e características que poderiam incrementar o desempenho das *startups*, e subsidiou cientificamente os objetivos específicos.

3.2 Identificar os atributos praticados pelas *startups*

As *startups* são empresas iniciantes que possuem um modelo de negócio com uma solução acessível e escalável, simultaneamente em que conserva uma estrutura de custos baixa, em relação ao modelo tradicional. A partir desse conceito, alguns atributos das *startups* podem ser destacados como diferenciais no incremento de desempenho das mesmas. Como demonstrado, *startups* possuem particularidades evidenciadas, a seguir.

3.2.1 Inovação no modelo de negócio

Esse é um diferencial em relação ao mercado tradicional e que motiva o crescimento do número de *startups*. Ressalta-se que inovação no modelo de negócio não precisa estar relacionada diretamente à tecnologia. A introdução de novos processos e ferramentas que facilitem o fluxo de trabalho devem ser classificadas como características de modelagem de negócio inovadora (BOUNCKEN et al., 2019; BRODIE, 2018; DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

3.2.2 Simplificação de processos

A alta capacidade de inovação está diretamente ligada à pouca burocracia para o uso deste ambiente (CORRÊA; ZIVIANI; FRANCA, 2016). Assim, não é possível que trâmites internos atrapalhem o desempenho e melhorias para o negócio. Isso permite que qualquer empecilho que dificulte a operacionalização da empresa seja mitigado. Destaca-se que as equipes de trabalho se sentem incentivadas a usar a criatividade e buscar novas soluções, o que se aproxima dos conceitos de *Coworking* (CAPDEVILA, 2014; KOZAKOVA, 2019).

3.2.3 Escalabilidade

O termo escalabilidade significa a capacidade que a *startup* possui para gerar receita e crescer sem que a estrutura de custos que forma o negócio aumente proporcionalmente,

gerando assim um alto potencial de expansão. Este atributo, presente nas *startups*, prometem oportunidades de dimensionamento, crescimento e aprendizado. Estimula-se os usuários a desenvolver um negócio escalável e contribuem para isso criando ambientes sociais nos quais as conexões com novas pessoas podem ser feitas (CASANOVA; CORNELIUS; DUTTA, 2018; FACCIN; BITENCOURT; IAKOVLEVA, 2019).

3.2.4 Custos

Atributo respeitável, pois, é a facilidade que elas possuem para cortar despesas e manter o negócio funcionando com poucos investimentos. Exemplos de estruturas que originaram-se com pequenas estruturas, similares ao que hoje se denomina *startup*, conseguiram se estabelecer Facebook e Google, entre outras. Remete-se para a ideia de empresa enxuta, com o objetivo de fazer com que o negócio produza mais utilizando menos custos e recursos (CASANOVA; CORNELIUS; DUTTA, 2018; MIETTINEN, 2018).

3.2.5 Interação, colaboração e criatividade

A comunicação é um instrumento necessário dentro de um ambiente empresarial, dessa forma, o networking é uma excelente nos negócios. Trabalhar em conjunto possibilita interação social e ganho de inúmeras colaborações, compartilhamento e influência mútua. Em quaisquer áreas de atuação ao interagir e trabalhar com pessoas diferentes, vai propiciar com uma expansão de criatividade. No *Coworking*, o contato com outras pessoas favorece a troca de experiências e de ideias (ABEYNAYAKE; PERERA, 2018).

3.3 Avaliar as características dos modelos de negócio *Coworking*

Comprovou-se que o *Coworking* é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. Seguindo as convergências de economia compartilhada, empreendedores e *startups*, podem reunir diversas pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador com características diferenciadas. Essa união de pessoas em torno de um ambiente físico permite que um negócio se desenvolva, e algumas características comuns destacam-se, citadas a seguir:

3.3.1 Iniciativas de Interação

Estes processos influenciam diretamente o intercâmbio entre os usuários possibilitando crescimento no desempenho. A disseminação das práticas de trabalho compartilhado se traduz em um modelo de negócio de sucesso, proporcionando interações empíricas permitindo melhoria das condições de negócios e dos resultados para seus usuários. Os ambientes compartilhados, não são apenas uma nova forma de negócio, mas também uma tendência social que facilita a interação entre os usuários através de iniciativas como encontros fora do

horário de expediente, promoção de atividades corporativas para os demais *coworkers*, geração de *networking*, entre outras (BROWN, 2017; GRANOVETTER, 1973).

3.3.2 Comunidade de usuários

Pode ser definido como um grupo relativamente estável de membros trabalhando próximos uns dos outros, como é o caso do espaço físico em um *Coworking*, para a colaboração ou compartilhamento conjunto. As comunidades, devem ser compreendidas como entidades que possibilitam a aprendizagem organizacional em suas rotinas e relações de trabalho (MIETTINEN, 2018; SEGERS, 2018).

3.3.3 O espaço físico, os layouts e as localizações do espaço social

Asseguram uma vantagem funcional. Layouts físicos de trabalho compartilhado oferecem aos usuários a possibilidade de estabelecer *networking* com profissionais de diversas áreas, possibilitando interação entre os usuários, permite interpretar o local como algo mais do que o acesso ao espaço físico.

3.3.4 Aspectos tecnológicos

A tecnologia já fornece a esses *coworkers* o que eles precisam para se manter conectados com suas equipes remotamente e acessar documentos em tempo real. Os aplicativos de mensagens instantâneas bem como outros aspectos tecnológicos disponíveis nestes ambientes, muitos gratuitos, impulsionam as vantagens do ambiente de *Coworking* (BAUMAN, 2013; LIN, 2018; SCATTONI *et al.*, 2019).

3.4 Relação das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking*

As dimensões que contribuem positivamente para o desempenho das *startups* em um *Coworking*, foram analisadas e descritas a seguir. Ressalta-se que, os aspectos que interferem negativamente ou não representam o foco em atividade compartilhada, não foram contemplados nesta análise, ou seja, embora a publicação contenha a intersecção dos descritores, o conteúdo não aborda a análise da relação das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking* (KLOFSTEN *et al.*, 2019).

Apesar de haver consensos e dissensos entre as dimensões apresentadas nas publicações selecionadas, apresenta-se estas definições adequando um entendimento destas e também a identificação dos autores seminais a seguir.

3.4.1 Economia compartilhada – Ambientes Coletivos Compartilhados

A economia compartilhada traz um novo fenômeno organizacional, os *Coworkings*. Um aspecto destes espaços é o compartilhamento de escritório, outro é o compartilhamento de espaços sociais. Ambas dão origem a interações sociais e, portanto, intercâmbios de

conhecimentos que podem fornecer mais do que uma mera partilha de espaços de trabalho, mas impulsionam espaços de empreendedorismo ou de incubadoras (CHOI; KIESNER, 2017).

Espaços de *Coworking* estimulam a descoberta de parceiros (LECLERCQ-VANDELANNOITTE; ISAAC, 2016), projetos e empreendedorismo. Este artigo aborda os *Coworkings* sob uma compreensão dos espaços. No entanto, o oportunismo, muitas vezes como vazamento de conhecimento (DAMIAN *et al.*, 2019), pode deteriorar indiretamente, os processos de aprendizagem e o desempenho de uma *startup*, à medida que reduz a confiança de seus antecedentes e a construção da comunidade (BOUNCKEN *et al.*, 2019).

A economia compartilhada está emergindo como uma tendência global difundida em diferentes atividades econômicas, tais como varejo, logística, transporte e em várias esferas, como a organização do mercado de trabalho. Uma das características principais é a de facilitar o acesso a bens e serviços, através de *startups*. Sendo um fenômeno, a economia compartilhada está afetando toda a economia.

3.4.2 Inovação na Modelagem de Negócio – Modelo *Coworking* Incubadoras

São abordadas a experiência de duas *startups* independentes de engenharia. As empresas buscavam inovar e revolucionar o desenvolvimento de software através da modelagem de negócio. Como isso foi feito, quais as inovações tecnológicas utilizadas e as experiências do negócio agregaram muito na pesquisa para realização deste artigo.

Os *Coworkings* são vistos como incubadoras e aceleradoras, projetados para hospedar pessoas empreendedoras que se esforçam para romper o isolamento e encontrar um modelo de ambiente que favoreça colaboração. No início do movimento as iniciativas eram privadas, desde então, o conceito atraiu o interesse de grandes grupos voltados para a criação de diferenciais da região e dos processos de hibridização entre as categorias tecnológica, econômica e social (MURPHY, 2018).

Aborda-se evidências do uso de *startups* em *Coworking*, e descreve que o número de espaços compartilhados que fazem referência à palavra *Coworking* cresceu, citando o caso do Chile. Assim, a diversidade desses espaços de trabalho compartilhados também cresceu, com uma gama de ofertas distintas refletindo as diferentes motivações e necessidades dos usuários. Uma tipologia inicial que destaca algumas das principais diferenças foi apresentada.

Os exemplos foram selecionados porque os serviços que eles oferecem para descrever sua finalidade ilustram os recursos distintos de cada categoria. No entanto elas devem ser concebidas como espectros contínuos em vez de categorias discretas, e há exemplos atuais que

se sobrepõem em várias categorias, e empreendedores experimentando novos modelos com frequência. As categorias incluem, Espaços de *Coworking*, de Hackers, de Aprendizagem, Incubadoras e Aceleradoras, entre outros (LECCE, 2018).

3.4.3 Iniciativas de Interação – Comunidades de Usuários

Enquanto a estratégia de especialização visa concentrar conhecimentos específicos que tenham sinergia entre si dentro de um mesmo espaço a fim de melhorar os produtos e serviços dos *coworkers*, a estratégia focada em comunidades visa melhor agregar e compartilhar os conhecimentos, recursos, talentos através da interação da rede de contatos fora do *Coworking* (RUS; OREL, 2018).

Por sua abertura e práticas de compartilhamento de conhecimento, os clusters contribuem para a interação social buscando de maneira explícita e voluntária a livre difusão de seus conhecimentos por atores externos às empresas e de forma proativa, intencional e voluntária internamente (LIN, 2017).

Explicou-se a solidariedade decorrente do intercâmbio econômico, estudado a partir de uma *startup*. Depois de um estudo qualitativo, foram apresentados uma série de redes de relacionamentos. No entanto, esses estavam relacionados aos laços de confiança baseados em negócios, que foram previstos pela colaboração. Os resultados sugerem que a solidariedade pode emergir como um subproduto da troca entre pares quando a confiança é mediadora entre relações profissionais e laços expressivos.

A avaliação de como a governança tecnológica afeta a capacidade dinâmica de inovação e cooperação nas organizações. Como a capacidade de inovar e cooperar além da interação são fatores essenciais à sobrevivência e ao êxito para as empresas emergentes dos países em desenvolvimento, como o Brasil (SCATTONI *et al.*, 2019).

As *startups* estão surgindo com cada vez mais capacidade de trazer inovações para sociedade. Algumas características simples que são adotadas foram apreciadas nesta síntese. Agilidade, em um cenário cada vez mais dinâmico e imprevisível a agilidade deve ser habilidade fundamental em qualquer empresa. Os problemas enfrentados precisam ser resolvidos sempre de forma rápida para que a empresa consiga focar no *core business*. Flexibilidade, para resolver as situações de forma ágil deve ser uma característica positiva da *startup*. Colaboração, empresas concorrentes e colegas de trabalho. A interação e colaboração devem ser um ponto comum para alcançar os seus objetivos (LIN, 2018).

3.4.4 Ambiência – Infraestrutura Tecnológica, Layout e Localização Geográfica

Mostrou-se como as regiões tem papel fundamental na formação da cultura empreendedora. Os achados defendem as diferenças regionais nas atividades do setor privado. A análise empírica sugere que um “resíduo empreendedor” regional, afetou positivamente a atividade de *startups*. Assunto muito válido para análise dos descritores *startups* e modelo de negócio (SEGER, 2018).

Startups operam com custos baixos. Muitas vezes, organizações precisam validar uma ideia e testar um produto com apenas alguns protótipos e da forma mais simples possível. Não existe a necessidade de altos investimentos e equipes dedicadas para testar um produto ou modelo de negócio sem mesmo saber se existirá clientes para aquela ideia (LIN, 2018).

Os *third places* são um exemplo de *startup* na dimensão localização, eles são um tipo específico de espaço usado como um local físico para trabalho móvel, é fácil de acessar em termos de localização e horário, não define critérios formais de associação e hospeda reuniões com diferentes propósitos regularmente, voluntárias e informais. *Coworkings*, cafés, locais de reunião e outros espaços privados são exemplos de *third places* usados para trabalhar. A divisão do nível de acessibilidade dos locais de trabalho, privilegiado e privado tem sido uma abordagem estabelecida na literatura (BROWN, 2017).

Abordou-se também a ineficiência das empresas no acesso acadêmico e em iniciativas tecnológicas. Incentivar a inovação no modelo de negócio compartilhado é um novo conceito de parceria. No campo da geografia econômica, as Teorias do Cluster e a Teoria da Proximidade são pertinentes, pois ajudariam a responder questões sobre a relação entre a presença de espaços de *Coworking* e a distribuição espacial da atividade econômica; ou ainda, se o *Coworking* atrai segmentos específicos para a região onde estão instalados.

Cita-se exemplos positivos de grandes corporações que utilizaram-se de *startups* para atividades relativas a *big data*, afirmando que, por exemplo, Google e Amazon têm aproveitado grandes volumes de dados para resolver alguns de seus maiores desafios. Atualmente, muitos engenheiros estão se estabelecendo em *startups*, devido a estarem focados em análise de dados e trabalhando em bancos de dados.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O marco teórico permitiu vislumbrar uma série de importantes características tidas como essenciais para que haja influência positiva no desempenho de *STARTUPS*. Algumas organizações, com base nesses pressupostos, já utilizam ou tendem a adotar tais características a fim de incremento em sua performance.

É nesse contexto que se adequa esta pesquisa, pois a análise possibilitou identificar dimensões e características que poderiam incrementar o desempenho de *startups*, e subsidiou cientificamente os objetivos de analisar através das publicações científicas as características de um modelo do negócio praticado pelos *Coworkings* e os objetivos foram atingidos e categorizados.

Pelos resultados, foi possível perceber que as dimensões que contribuem positivamente para o desempenho das *startups* em um *Coworking*, foram detalhadas com destaque para características como ambientes coletivos compartilhados, modelo de *Coworking* para incubadoras (ISNARD; NEVES; MESQUITA, 2017), iniciativas de interação através de comunidades de usuários e disponibilização de infraestrutura tecnológica em localização geográfica, que privilegiam o desempenho de *startups*.

Ressalta-se que, os aspectos que interferem negativamente não representam o foco deste artigo e não foram contemplados nesta análise, ou seja, embora a publicação contenha a intersecção dos temas, o conteúdo não aborda a análise da relação das dimensões do modelo de negócio das *startups* com o *Coworking*. Apesar de haver consensos e dissensos entre as dimensões apresentadas nas publicações selecionadas, estas definições foram categorizadas adequando um entendimento destas e também a identificação dos autores e conceitos seminais.

Cabe agora ressaltar as limitações e contribuições da pesquisa, assim como tecer sugestões para futuras investigações. O estudo não pode ser tido como absoluto, pois, trata de modalidade de negócios emergente e por vezes ainda incipiente, portanto dinâmico. Como contribuições acadêmicas, pode-se elencar a análise de características abordadas na literatura e a conjugação dos construtos em uma única dimensão mostrou-se inovadora e permitiu avaliar a influência de cada característica do *Coworking* sobre o desempenho de *startups*.

Tal contribuição permitirá a evolução de análises, o aprofundamento nos elementos propostos e a ampliação do estudo a outros construtos. Ainda, pode-se considerar como benefício deste trabalho para a literatura sobre modelo de negócio *Coworking* e *startups*, o qual pode subsidiar a realização de outros estudos relativos ao tema.

Considerando que em nenhum momento houve a intenção de esgotar a possibilidade de estudos relacionados ao tema pesquisado, recomenda-se para a realização de trabalhos futuros temas como a ambiência de *Coworking* específica para incubadoras e compartilhamento de conhecimento nestes ambientes. Outra possibilidade seria realizar a

pesquisa com o intuito de analisar a influência dos elementos em cada característica individualmente, além de identificar outros construtos que não foram utilizados nessa pesquisa.

Por fim, mostra-se relevante destacar as características: interação e localização geográfica que em uma análise empírica poderiam sugerir que características presentes no *Coworking*, afetariam positivamente a atividade de *startups*. Diversos autores reforçam que a ambiência e a comunidade de usuários influenciam diretamente no desempenho. Assim, é interessante ampliar as pesquisas para entender o que indica ser uma tendência de mercado.

REFERÊNCIAS

ABEYNAYAKE, D.; PERERA, B. Business Model Concept for Construction Businesses: a Literature Synthesis. *Symposium Proceedings Rethinking Design*, n. June, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Kanchana_Perera/publication/326083084>.

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BOUNCKEN, R *et al.* Coopetition in *Coworking*-spaces: value creation in an entrepreneurial space. *Review of Managerial Science*, v. 12, n. 2, p. 385–410, 2019.

BRODIE, Roderick J. Commentary on *Coworking* consumers: Co-creation of brand identity, consumer identity, and brand community identity. *Journal of Business Research*, v. 70, p. 430–431, 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.07.013>>.

BROWN, Julie. Curating the “Third Place”? *Coworking* and the mediation of creativity. *Geoforum*, v. 82, 2017.

CAPDEVILA, Ignasi. Different inter-organizational collaboration approaches in *Coworking* spaces in Barcelona. *SSRN Electronic Journal*, p. 1–30, 2014. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2502816>.

CAPDEVILA, Ignasi. Knowing communities and the innovative capacity of cities. *City, Culture and Society*, v. 13, n. September 2016, p. 8–12, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.003>>.

CASANOVA, L; CORNELIUS, P; DUTTA, S. Banks, Constraints, and the Financial Technology's. *Financing Entrepreneurship and Innovation in Emerging Markets*, p. 161–184, 2018.

CASTELLS, Manuel. Communication , Power and Counter-power in the Network Society. v. 1, n. June 2006, p. 238–266, 2007.

CENTOBELLI, Piera; CERCHIONE, Roberto; ESPOSITO, Emilio. Knowledge management in startups: Systematic literature review and future research agenda. *Sustainability (Switzerland)*, v. 9, n. 3, p. 1–19, 2017.

CHOI, D.; KIESNER, F. Homeboy industries: an incubator of hope businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2017.

CORRÊA, Fábio; ZIVIANI, Fabricio; FRANCA, Renata. PRODUÇÕES CIENTÍFICAS SOBRE GESTÃO DO CONHECIMENTO: UMA ANÁLISE BIDIRECIONAL DE AUTORES VERSUS REFERÊNCIAS

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

LITERÁRIAS. *ENANCIB - Anais 2016*, 2016.

DAMIAN, I *et al.* A gestão do conhecimento como processo fundamental para a gestão da qualidade: inter-relação que subsidia a tomada de decisão empresarial. *Liinc em Revista*, v. 15, n. 1, 28 jun. 2019.

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. *Conhecimento empresarial*. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 1998.

DRUCKER, Peter F.; NOEL, James L. Innovation and entrepreneurship: Practices and principles. *Journal of Continuing Higher Education*, 1986.

FACCIN, K.; BITENCOURT, C.; IAKOVLEVA, T. The Role of Stakeholders in the Context of Responsible Innovation: A Meta-Synthesis. *Sustainability*, v. 11, n. 6, 2019.

FREIRE, I.; CENDON, B.; MACULAN, B. Expandindo as fronteiras da Ciencia da Informação. *ENANCIB - Anais 2018*, 2018.

GANDINI, Alessandro. O surgimento de espaços de *Coworking*: uma revisão da literatura. *Ephemera: Theory and Politics in Organizations*, v. 2866, p. 1–13, 2018.

GRANOVETTER, M. The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360–1380, 1973.

ISNARD, Paulo *et al.* Como a liderança pode influenciar no comportamento dos empregados : produtividade e comportamento organizacional. *Anais VIII Fórum Ambiental da Alta Paulista*, p. 31–35, 2012.

ISNARD, Paulo; NEVES, JTR; MESQUITA, JM. *COWORKING*: estudo bibliométrico no estabelecimento de um novo modelo de negócio. *Anais VI SINGEP*, 2017.

KLOFSTEN, M *et al.* The entrepreneurial university as driver for economic growth and social changes. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 141, p. 149–158, 2019.

KOJO, Inka; NENONEN, Suvi. Typologies for co-working spaces in Finland – what and how? *Facilities*, v. 34, n. 5/6, p. 302–313, 2018.

KOZAKOVA, J. *Learning and skill development in business accelerator A case study of Startup Reykjavik*. 2019. University of Iceland School of Education, 2019.

LECCE, Chiara. *Hub di Coworking e incubatore di startup innovative per la valorizzazione del territorio*. 2018. Politecnico di Milano Scuola del Design Magistrale in Interior Design, 2018.

LECLERCQ-VANDELANNOITTE, A.; ISAAC, H. The new office: how *Coworking* changes the work concept. *Journal of Business Strategy*, v. 37, n. 6, p. 3–9, 2016.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. 4. ed. São Paulo: Piaget, Institute, 2018.

LIN, H.-C. The emerging urban cluster of enterprises: startups shift from Silicon Valley to San Francisco. *Journal of Architecture and Planning*, v. 17, n. 2–3, p. 153–178, 2017.

LIN, H.-C. The startup fever: The ecosystem in the digital economy era - A theoretical review for further studies. *Journal of Architecture and Planning*, v. 18, n. 1, p. 53–91, 2018.

LINDGREN, Peter; JØRGENSEN, Rasmus. Towards a Multi Business Model Innovation Model. *Journal of Multi Business Model Innovation and Technology*, v. 1, n. 1, p. 1–22, 2012.

MIETTINEN, T. *A BUSINESS INCUBATOR, ACCELERATOR, OR COWORKING SPACE? CASE INNOVATION AT GE*. 2018. LAPPEENRANTA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, 2018.

MORISSET, Bruno. Building new places of the creative economy: The rise of *Coworking* spaces. *SSRN Electronic Journal*, p. 24, 2019.

MURPHY, Oonagh. *Coworking Spaces, Accelerators and Incubators: Emerging of Museum Increasingly Digital World*. *Museum International*, v. 70, n. 1–2, p. 62–75, 2018.

NAIR, S; BLOMQUIST, T. Failure prevention and management in business incubation: a scalable business model. *Technology Analysis and Strategic Management*, v. 31, n. 3, p. 266–278, 2019.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. *Knowledge Creating*. 8. ed. Sao Paulo: Harvard Business Review, New York, v.69, n.6, p.96-104., 1998.

ROCHA, C.; QUANDT, C. Startups Brasileiras e o Ecossistema de Inovação na Indústria 4.0. 2018, Juiz de Fora: UFJF, 2018.

ROSS, P.; RESSIA, S. Neither office nor home: *Coworking* as a emerging workplace choice. *Employment Relations Record*, 2018.

RUS, A; OREL, M. *Coworking: A community of work*. *Teorija in Praksa*, v. 52, n. 6, 2018.

SCATTONI, P *et al*. Innovative startup localization determinants and origin: A Rome city case study. *IJPP – Italian Journal of Planning Practice*, v. IX, n. 1, p. 24–48, 2019.

SCHUMPETER, J. *A teoria do desenvolvimento econômico*. 6. ed. Sao Paulo: Abril, 1988.

SEGBERS, J.-P. Regional systems of innovation: lessons from the clusters in Belgium and Germany. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, v. 28, n. 2, p. 133–149, 2018.

SPINUZZI, C. *et al*. “*Coworking* is about community” but what is “community” in *Coworking*? *Journal of Business and Technical Communication*, 2018.

TOFFLER, A. *A Terceira Onda*. 9. ed. Rio de Janeiro: Bantam Books, 1980.

TOIVONEN, Tuukka; SORENSEN, Carsten. The Creative Process in *Coworking* & Collaborative Work: Insights for Executives, Managers & Designers. *SSRN Electronic Journal*, 2018.

WATERS-LYNCH, Julian M *et al*. *Coworking: A Transdisciplinary Overview*. Available at SSRN 2712217, p. 1–58, 2016.

YANG, Xi; SUN, S; ZHAO, Xi. Search and execution: examining the entrepreneurial cognitions behind the lean startup model. *Small Business Economics*, v. 52, n. 3, p. 667–679, 2019.

ZIVIANI, F. *A gestão do conhecimento aplicada ao setor de tecnologia da informação*. 2015. 101–122 f. 2015.