

19ª Conferência Internacional da LARES

São Paulo - Brasil
25 a 27 de Setembro de 2019



A identificação dos anseios e necessidades do público adepto aos espaços de *coworking* no mercado imobiliário de São Paulo

Iago S. F. Alvarenga¹, João Pedro Alcantara², Régis Y. Gushiken³, Rodolfo M. Martins⁴,
Claudio Tavares de Alencar⁵

¹ Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Av. Prof. Almeida Prado, travessa 2, nº83, Edifício de Engenharia Civil – Cidade Universitária – São Paulo – SP, 05508-900, Brasil; iago.alvarenga@gmail.com

² Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, jpedroalcantara@hotmail.com

³ Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, regis_gushiken@hotmail.com

⁴ Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, rodolfo.mario.martins@hotmail.com

⁵ Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, claudio.alencar@poli.usp.br

RESUMO

O *coworking* se enquadra como uma tipologia de espaço compartilhado que permite uma interação entre os usuários e, nos últimos anos, se mostrou bastante relevante no mercado corporativo de São Paulo. Por receber diversos tipos de público, esses ambientes são marcados pelas divergências nas necessidades e anseios dos usuários. Por isso, o objetivo do presente estudo foi identificar quais são as principais expectativas de cada um desses grupos com relação aos espaços de *coworking*.

Para isso, foram realizadas visitas aos edifícios, entrevistas com usuários e reuniões com gestores dos espaços para identificar os diferentes públicos, segmentá-los e especificar suas demandas. O recorte espacial adotado foi a cidade de São Paulo. A partir disso, foi criado um procedimento sistemático e padronizado para avaliar os elementos que esses ambientes devem oferecer para atender às demandas de cada grupo de usuários.

O resultado do estudo apresentou, portanto, uma ferramenta de classificação dos *coworkings* em função do público para o qual é destinado. Também foi possível criar uma matriz de comparação da capacidade dos ambientes de *coworking* de atender públicos com diferentes demandas. Com isso, o presente estudo permitiu identificar aspectos que precisam ser aprimorados nos empreendimentos destinados a esse uso com o intuito de melhor atender seu usuário.

Palavras-chave: *coworking*, necessidade, usuário, compartilhado, matriz.

19ª Conferência Internacional da LARES

São Paulo - Brasil
25 a 27 de Setembro de 2019



The identification of needs and desires of the public adherent to coworking spaces at Sao Paulo real estate market

ABSTRACT

The coworking fits in a classification of shared space that allows an interaction between users. Lately, it has been significantly relevant in São Paulo's corporate segment. As this kind of space accepts a great variety of users, these places are known by the divergence of needs and desires between each of them. Therefore, the focus of this study is to identify what are the main expectations for each one of those groups.

Several visits to the coworkings were conducted to develop the study, as well as interviews with the users and meetings with managers of the spaces in order to identify the different kinds of users, classify and specify their demands. The spatial trimming was the city of Sao Paulo. Then, it was created a systematic procedure to evaluate the features that these spaces must provide in order to meet the requirements of each group of users.

The results of the study provided a classification of the coworkings in regards of the type of public it was designed. Besides, it was possible to create a comparison matrix of the coworking space capacity to fulfill the public desires versus different demands. As a result, the present study allows the identification of the aspects that need to be developed in the buildings designed for this purpose and guarantee the best user experience.

Key-words: coworking, needs, user, shared, matrix.

1. INTRODUÇÃO

O termo *coworking* surgiu em 1999 (Deskmag, 2013), quando foi utilizado pelo norte-americano Bernard DeKoven. Segundo DeKoven (The Coworking Connection, 2013) a palavra descreve o fenômeno que surgiu em decorrência das novas tecnologias, na qual existia uma espécie de trabalho colaborativo sem interesses ou competições nas interações entre as pessoas, promovendo uma maior qualidade no resultado final da atividade desenvolvida.

Atualmente, segundo o relatório da consultoria JLL (Espaços Compartilhados, 2018), os *coworkings* se enquadram como uma tipologia de espaço compartilhado que permite uma interação entre os usuários, sejam eles pertencentes a uma mesma organização ou não. Nesse sentido, a organização Coworking Brasil (2018) define tais espaços como um ambiente em que experiências podem ser trocadas de forma orgânica, permitindo o desenvolvimento mútuo de todos os envolvidos e suas respectivas atividades profissionais.

Segundo Libardi (Compartilhamento de espaços, 2017), o *coworking* é caracterizado como um ambiente de trabalho compartilhado, onde profissionais de diversas áreas e empresas dividem uma mesma infraestrutura central, que inclui internet, ar condicionado, áreas comuns, locais de alimentação, entre outros. Além disso, o espaço também pode ser comunitário, promovendo a integração e a troca de informações entre pessoas de organizações distintas.

Assim, percebe-se que a “interação” é o termo chave que diferencia os *coworkings* de espaços compartilhados convencionais, requerendo uma análise mais aprofundada das mudanças no mercado de trabalho que vem induzindo a expansão deste segmento ao redor do mundo, sobretudo no que tange ao desenvolvimento de tecnologias no início do século XXI.

2. METODOLOGIA

Para elaborar a análise de quais são as demandas dos usuários de *coworking* e como os espaços que os atendem desempenham essa função, a estrutura deste estudo foi dividida em 5 etapas: análise histórica e análise conceitual; levantamento; análise de dados; discussão e conclusão.

2.1. Análise Histórica e Conceitual

A partir dos estudos realizados via literatura e análises mercadológicas já existentes, como os relatórios periódicos divulgados pelas principais consultorias de Real Estate, como JLL (*Espaços compartilhados*, 2018), Cushman & Wakefield (*Coworking 2018 - The Flexible Workplace Evolve*, 2018), além das publicações do Núcleo de Real Estate da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (NRE-Poli), como Monetti e Cerqueira (2010) e Veronezi et al (2005), identificou-se relações entre o crescimento do segmento de *coworkings* e tendências setoriais dos empreendimentos imobiliários.

A partir dessa análise histórica, percebeu-se que havia uma carência em alguns conceitos, que demandavam melhor detalhamento dado o constante avanço e transformação do segmento de *coworkings* nos últimos anos. Portanto, desenvolveu-se uma fase intermediária, anterior ao levantamento de anseios e necessidades dos usuários, para detalhamento destes conceitos.

Desse modo, foi possível estabelecer um alicerce mais consolidado sobre o modelo de negócio e como isso se aplica à realidade do mercado imobiliário brasileiro, para então prosseguir a elaboração de uma pesquisa de campo.

2.2. Levantamento de dados

Nessa etapa, primeiramente foi esclarecida a origem dos dados que deram embasamento ao estudo. Foi feita uma pesquisa de campo através de formulários e visitas para identificar e avaliar o ambiente, necessidades e anseios dos usuários de *coworking*.

2.3. Análise dos dados

Em seguida, os resultados foram apresentados e foi possível diferenciar o que foi reconhecido em campo do que foi pesquisado na etapa de análise histórica e conceitual.

2.4. Discussão

Durante a análise dos dados, as respostas obtidas embasaram a criação de matrizes de classificação do espaço para cada segmento de usuário. Foi possível entender quais são as principais demandas de cada perfil, quais delas são comuns entre o público geral e como estes grupos enxergam o espaço para si.

Com o intuito de testar a matriz de classificação proposta, ensaios foram realizados nos edifícios visitados na pesquisa de campo. Esses ensaios tiveram o objetivo de contrapor em uma matriz de classificação as demandas dos usuários com o que de fato é oferecido por cada *coworking*. Desta forma, foi possível realizar uma análise crítica da aplicabilidade da metodologia proposta neste estudo.

2.5. Conclusão

Nessa etapa foram consideradas as devidas observações e ressalvas. O estudo foi concluído ressaltando seus principais pontos: compreensão do modelo de negócio de *coworking*, segmentação do público-alvo e seus atributos de demanda e por fim uma avaliação de como os espaços de fato atendem seu público de acordo com seu perfil.

3. ANÁLISE HISTÓRICA E CONCEITUAL

Segundo Moriset (2013), inicialmente os espaços hoje denominados *coworkings* sequer possuíam esta definição. Tratavam-se de ambientes comunitários, muitas vezes sem o viés empresarial, configurando-se como espaços de convivência em que as pessoas trabalhavam de forma mais descontraída, seja para aprimorar o desenvolvimento das ideias promovido por um ambiente diferente, seja pelo próprio perfil do profissional. De acordo com Saito (2017), o surgimento destes espaços foi resultado de diversas mudanças de cunho tecnológico, econômico e, sobretudo, comportamental dos usuários, no que diz respeito à interação com o espaço dos demais.

No Brasil, os ambientes no estilo *coworking* começaram a ser implantados em meados de 2007 (Coworking Brasil, 2017). Com o surgimento da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI) em 2008, houve a primeira grande onda de demanda dos ambientes de *coworking*. Principalmente representados por trabalhadores autônomos, surgiu uma grande procura por ambientes mais profissionais, com infraestrutura, custos acessíveis e compartilhamento de informações entre usuários (*networking*). Esse público procurava profissionalizar o ambiente de trabalho, migrando, em grande parte, de home-offices ou ambientes informais.

Segundo o Censo Coworking Brasil (2018), a segunda grande onda ocorreu em meados de 2015 decorrente da crise econômica e imobiliária no Brasil, no qual pequenas e médias empresas buscaram reduzir os custos, encontrando no *coworking* uma solução eficaz para contornar esse cenário, além de promover ambientes de troca de informações, inovação e criatividade (*brainstorming*). O crescimento de espaços compartilhados no país desde 2015 é apresentado na Tabela 01.

Tabela 01: Número de espaços conhecidos de *coworking* no Brasil

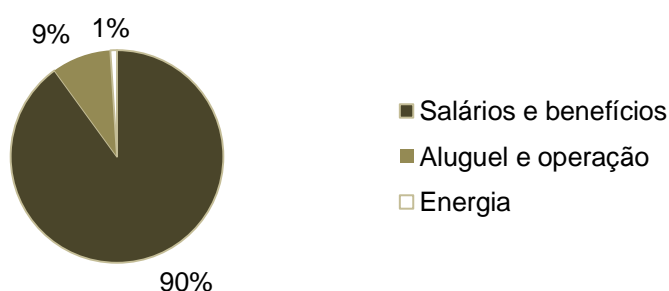
Pontuação	2015	2016	2017	2018
Número de Espaços	238	378	810	1194
Crescimento em relação ao ano anterior	-	52%	114%	48%

Censo Coworking Brasil, 2018.

O principal desafio associado a um ambiente compartilhado é a atratividade do espaço, uma vez que há uma quebra dos paradigmas relacionados ao espaço individual. Nesse sentido, de acordo com Saito (2017), a evolução das gerações torna esta tarefa mais fácil, dado que existe uma maior abertura a novas ideias, apesar de existir um certo conflito entre os usuários de diferentes faixas etárias.

Assim, dada a grande diversidade de comportamentos, percebe-se que é de extrema importância a identificação correta dos públicos que irão frequentar o ambiente, pois as necessidades são diferentes e representam um ponto crucial para a atratividade e o bom funcionamento de um *coworking*. De acordo com a International WELL Building Institute (IWBI, 2018), o maior custo de uma organização é com o pagamento de salários e benefícios (Figura 01).

Figura 01: Despesas em uma empresa (International WELL Building Institute, 2017)



Percebe-se que há um grande investimento em pessoas por parte das empresas. Logo, um ambiente que proporcione alto conforto e atenda às necessidades dos usuários tende a aumentar o nível de eficiência atingido pela empresa. Ainda de acordo com o IWBI, um espaço deve ser pensado para atender 7 grandes aspectos, para promover a melhor qualidade possível aos seus usuários:

- Ar: qualidade do ar interno
- Água: disponibilidade e qualidade da água
- Nutrição: disponibilidade e qualidade da alimentação
- Iluminação: qualidade dos sistemas de iluminação e luz natural
- Ginástica: integração de exercícios e ginástica no dia a dia
- Conforto: ambiente produtivo e confortável nos aspectos térmico, acústico, ergonômico, olfativo e acessivo
- Mente: saúde cognitiva e emocional

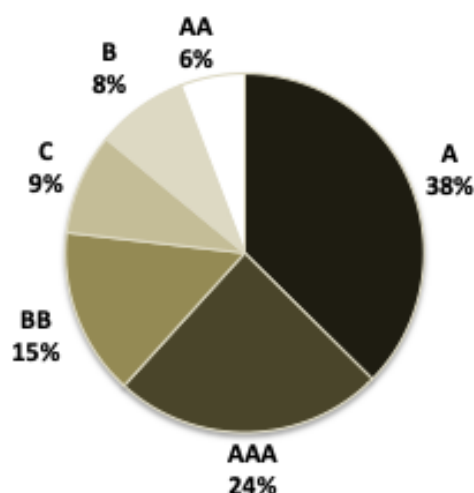
Nesse sentido é possível identificar várias necessidades que os usuários podem procurar em edifícios corporativos, independentemente se esses usuários são tradicionais ou do modelo de *coworking*. Por exemplo, um bicicletário e vestiário no subsolo podem representar uma maior atratividade para o empreendimento.

3.1. Classificações de Edifícios

Em um primeiro momento, é importante entender que há diversos métodos de classificação de edifícios. Um dos sistemas de referência em cadastramento no Brasil é o Buildings, que classifica os empreendimentos através de uma simplificação do método desenvolvido pelo Núcleo de Real Estate da Poli (Veronezi et. al., 2005), que envolve uma análise a partir de uma matriz de atributos composta por 18 grupos, totalizando 338 itens analisados. Os itens avaliados são agrupados por sistemas do edifício (elevadores, sistema de iluminação, sistema de ar-condicionado) e até mesmo pelo melhor uso de elementos projetuais (eficiência de projeto, fachada, tratamento acústico).

Do ponto de vista do *coworking*, essas segmentações muito detalhadas podem não representar o interesse de uma empresa que procura lajes para implementação do novo uso. Portanto, não existe um padrão mínimo de empreendimentos para a inserção de lajes no estilo *coworking*, embora padrões mais altos apresentem empreendimentos com maior adaptabilidade. Contudo, ainda é possível reconhecer uma forte relação entre esse tipo de classificação e a ocupação de *coworkings* em São Paulo. De acordo com o banco de dados da Buildings coletado em novembro de 2018, foi possível observar como os principais *coworkings* da cidade de São Paulo se distribuem (Figura 02).

Figura 02: Proporção da Classe dos edifícios com coworking (Buildings, 2018)



É visível que a maior parte (cerca de 68%) da área ocupada por esses *coworkings* se refere a edifícios de alto padrão (AAA, AA e A). Para essa análise foram selecionados todos os edifícios em São Paulo ocupados pela Regus, Spaces Works e WeWork. De acordo com o banco de dados da Buildings em novembro de 2018, esse grupo de administradores está presente em 46 edifícios, cerca 918 mil m², dos quais 137 mil m² são de uso no modelo *coworking*.

3.2. Modelo de negócio

Os ambientes compartilhados adotam mecanismos diferenciados de modelo de negócio quando comparados aos espaços corporativos tradicionais. Por possuir diversos padrões de locação, que vão de salas exclusivas até passes para entrada em diversos empreendimentos da mesma operadora, sem um espaço físico definitivo, o modelo de gestão, por parte do administrador dos espaços de *coworking*, deve se adaptar às necessidades de um público flutuante e de grande volatilidade, com diferentes perfis e necessidades.

Tratando-se de um fornecimento de serviço, a lei do inquilinato não se aplica a relação entre administrador do espaço e usuário do *coworking*, somente em relação ao proprietário do espaço e administrador. Com isso, não é comum contratos com prazos nesse tipo de ocupação.

Para os grandes operadores de *coworking*, como a Regus e WeWork, a locação dos espaços é feita, caso o local possua oferta, de maneira instantânea, em especial para autônomos ou usuários sem salas definidas. Não existe um contrato de locação firmado entre as partes, apenas o de prestação de serviço, incluso nos Termos e Condições aceitos no cadastro da plataforma. Caso o usuário deseje encerrar seu vínculo ao administrador, basta cancelá-lo na plataforma, quitando as suas dívidas mensais, sem ter de permanecer por um período mínimo no espaço.

Os valores de aluguel praticados no modelo de espaços compartilhados são dinâmicos, variando conforme o número de cadeiras e mesas, salas fechadas ou ambientes compartilhados e serviços ofertados (impressão, número de telefone, serviço postal) e balizados pela oferta, já que não seguem um contrato de locação e, portanto, não travam o preço da locação. Deve-se ressaltar que o custo do aluguel não está atrelado à metragem do espaço alugado, mas ao número de usuários do espaço, visto que podem existir salas no mesmo empreendimento, com metragens diferentes, mas custos iguais pois comportam o mesmo número de pessoas.

Devido a essa variância significativa, tanto do valor do aluguel em si quanto dos serviços ofertados (que seriam englobados em um custo mensal de locação do espaço), o aluguel de espaços compartilhados flutua entre extremos muito distantes. Exemplificando a cidade de São Paulo, os preços de aluguel de espaços compartilhados praticados por algumas empresas administradoras estão citados na tabela abaixo (Tabela 02).

Tabela 02: Espaços de *coworking* de São Paulo, seus produtos e preços

Tipo	Espaço	Bairro	Preço [R\$/mês]
Hot Desk	WeWork Nações Unidas	Vila Gertrudes	820
Mesa dedicada	WeWork Nações Unidas	Vila Gertrudes	700
Escritório Privativo	WeWork Nações Unidas	Vila Gertrudes	2.800
Hot desk	WeWork Faria Lima	Itaim Bibi	999
Escritório Privativo	WeWork Butantã	Pinheiros	1.920
Hot desk	WeWork Butantã	Pinheiros	900
Escritório Privativo	WeWork JK Iguatemi	Vila Nova Conceição	1.850
Hot desk	WeWork JK Iguatemi	Vila Nova Conceição	999
Hot desk	WeWork Atílio Innocenti	Itaim Bibi	950
Mesa dedicada	WeWork Atílio Innocenti	Itaim Bibi	1.600
Escritório Privativo	WeWork Atílio Innocenti	Itaim Bibi	1.800
Hot desk	WeWork Paulista 1374	Bela Vista	1.000
Mesa dedicada	WeWork Paulista 1374	Bela Vista	1.500
Escritório Privativo	WeWork Paulista 1374	Bela Vista	1.800
Hot desk	360 Coworking	Butantã	510
Hot desk (80 horas)	360 Coworking	Butantã	310
Escritório Privativo (3 posições)	Add Group Vila Madalena	Vila Madalena	2.500
Mesa dedicada (2 posições)	9 Coworking	Mooca	459
Escritório Privativo (2 posições)	9 Coworking	Mooca	1.290
Hot desk	LocPrime Workplace	Tatuapé	390

WeWork, Coworking Brasil

Há 3 produtos notáveis oferecidos pelos espaços em geral: Hot Desk, Mesa dedicada e Escritório Privativo. Hot desk consiste em uma mesa em espaço compartilhado, onde o usuário não dispõe de posição fixa, sendo o cliente capaz de utilizar de maneira rotativa qualquer estação de trabalho no local, conforme a disponibilidade. Nas mesas dedicadas, o cliente dispõe de uma posição fixa, num ambiente aberto aos outros usuários. O conceito de Sala Privativa é utilizado essencialmente por empresas, que buscam maior privacidade para o funcionamento de sua companhia. Para outras opções de espaços compartilhados, os valores devem ser tratados diretamente com o operador do espaço e, portanto, não foram contabilizados na análise a seguir. Para esses casos, as empresas avaliam desde a quantidade de membros até o ramo de atividades da empresa, para tentar adequar os valores na sua realidade, mas sem valores pré-fixados.

4. LEVANTAMENTO DE DADOS

Para evidenciar as necessidades dos usuários de *coworking* em edifícios corporativos foram desenvolvidas análises de informações obtidas em uma pesquisa de campo através de formulários e entrevistas com os usuários e administradores dos espaços.

Foram visitados 5 espaços de *coworking* na cidade de São Paulo, entre os meses de agosto e outubro de 2018: Cubo Itaú (Alameda Vicente Pinzon, 54); 360 Coworking (Av. Afrânio Peixoto, 204); Wework Paulista (Av. Paulista, 1374); Wework Faria Lima (Rua Professor Atílio Innocenti, 165); e Spaces Berrini (Rua Irmã Gabriela, 51). Nestas visitas, foi possível conversar com os responsáveis pela administração dos espaços 360 Coworking e Spaces Berrini. As outras 3 visitas foram utilizadas para analisar os locais e entrevistar usuários.

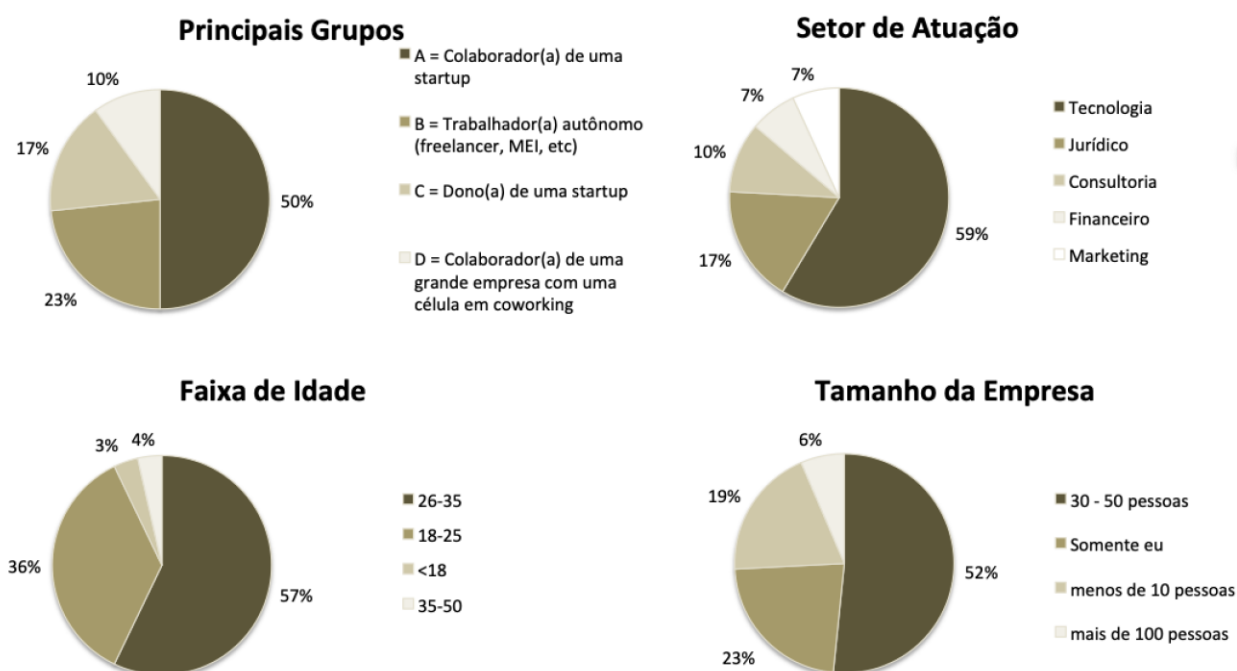
As pesquisas foram realizadas de duas formas: a primeira, presencial, contou com um discurso mais aberto com os entrevistados, em sua maioria donos de empresas, autônomos e administradores de *coworking*, para entender as reais necessidades e o operacional nos espaços compartilhados; a segunda, por meio de formulários online, preenchidos pelos usuários de *coworking*. Buscou-se entrevistar funcionários com diferentes hábitos, segmentos de trabalho e faixas de idade, para não influenciar as pesquisas para apenas um determinado público.

A pesquisa presencial seguiu um roteiro de perguntas e previu uma abertura para exposição de ideias sem um padrão pré-determinado, para que se pudesse absorver o máximo possível do que foi passado pelos entrevistados. Com esse conhecimento, desenvolveu-se um questionário, a ser passado para os demais colaboradores das empresas ou outros entrevistados, segmentado em três partes: a primeira caracterizou o usuário e empresas (tipo de usuário, idade, ramo do negócio, tamanho da empresa, meio de transporte) (Figura 04 e 05); a segunda definiu características e expectativas dos grupos estudados, como frequência de uso, expectativas e momento da empresa (Tabela 03); e a terceira buscou elencar as prioridades e maiores necessidades de cada usuário no *coworking* (Tabela 04).

4.1. Perfil dos usuários e empresas

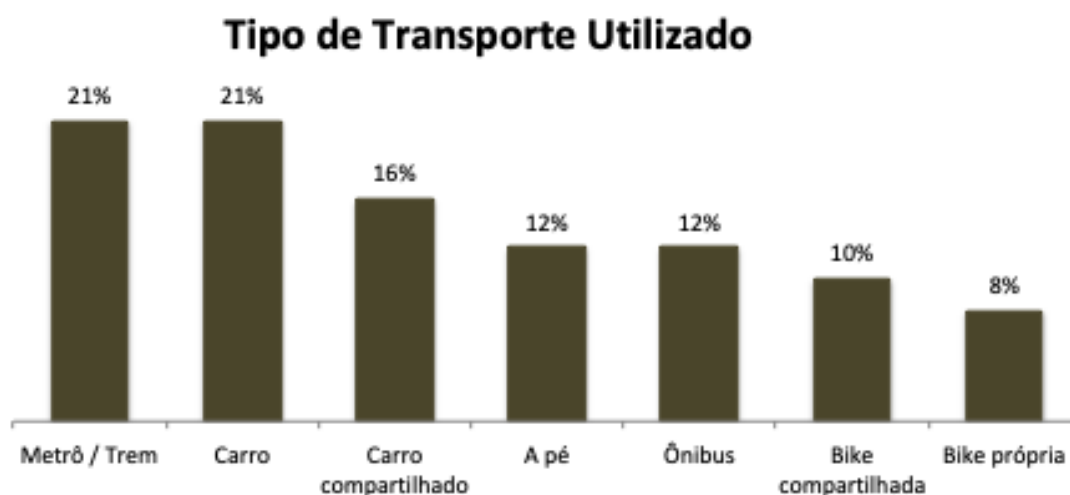
Baseado nos resultados obtidos dos perfis de usuários de espaços compartilhados, foram criados quatro grupos, definidos pelas letras A, B, C e D (Figura 04), onde A = Colaboradores de uma startup; B = Autônomos (freelancer, MEI, etc); C = Proprietários de uma startup; D = Colaboradores de uma grande empresa com célula em startup. Essa segregação visa facilitar o agrupamento das demais informações nos grupos, permitindo uma análise mais sofisticada das necessidades e anseios de cada um, sendo a base analítica de todo o restante do artigo.

Figura 04: Respostas obtidas nas entrevistas com usuários (Pesquisa de Campo)



Além disso, observa-se uma boa distribuição nos meios de transporte. Existem três grandes grupos de transporte: públicos (metrô, trem e ônibus), veículos particulares (carro próprio e corrida por aplicativos) e os de baixo alcance (bicicletas próprias ou compartilhadas ou a pé). Essa diversidade de meios de transporte mostra que a localização é um aspecto fundamental para os usuários (Figura 05).

Figura 05: Meio de transporte utilizado pelos usuários (Pesquisa de campo)



4.2. Características e expectativas do público

Seguindo a mesma classificação explicada no tópico anterior, buscou-se associar a frequência, tempo de permanência da empresa no *coworking* e aspectos negativos do mesmo para cada um dos 4 grandes grupos de usuários. Cada entrevistado respondeu uma pergunta para cada tópico, o que resultou então em uma média simples para consolidação dos resultados, apresentados na Tabela 03.

Tabela 03: Características e expectativas do público, separados por grupo

Tema	Opções	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo D
Frequência de uso do espaço	Todo dia	93%	14%	75%	67%
	1 dia / semana	-	1%	-	33%
	2+ dias por semana	7%	71%	25%	-
	1 dia / mês	-	14%	-	-
Permanência no Coworking	Espaço de transição adequado ao estágio atual da empresa	43%	-	80%	-
	Estilo de espaço adequado ao perfil da empresa	57%	100%	20%	-
	Espaço temporário para projetos	-	-	-	100%
Aspectos negativos do Coworking	Barulho	13%	29%	50%	40%
	Falta de privacidade	24%	13%	33%	40%
	Limitação de customização do espaço	33%	29%	17%	-
	Menor conforto e exclusividade para o cliente	17%	-	-	-
	Sem aspectos negativos relevantes	13%	29%	-	20%

Elaboração própria.

O resultado das pesquisas mostra que o *coworking* é um espaço de trabalho contínuo, com a grande maioria dos entrevistados presentes em todos os dias úteis da semana. Já quanto a visão da permanência, há uma clara diferença entre os grupos: enquanto os autônomos e membros de Startups veem esse ambiente como ideal, seja pelo momento da empresa ou pelo seu perfil, o colaborador de uma grande empresa sabe que aquele meio é apenas uma forma temporária e efetiva de atender determinados projetos.

O principal aspecto negativo (mais citado em três dos quatro grupos) foi o barulho excessivo, devido às grandes interações e descontrações presentes nesse tipo de ambiente corporativo.

4.3. Prioridades e necessidades

Para contabilizar os indicadores da terceira parte dos questionários, foi adotado uma média simples das respostas. As perguntas foram separadas em 5 grandes atributos, desenvolvidos a partir das entrevistas individuais com os temas mais recorrentes: localização do empreendimento, o custo operacional mensal do espaço, o impacto de uma administração terceirizada especializada e, por fim, os ganhos com a interação dos ambientes compartilhados. Para cada um desses temas, foram extraídos os aspectos mais relevantes.

Tabela 04: Prioridades e necessidades dos usuários, separadas por grupo

Macroatributo	Aspectos mais relevantes	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo D
Escolha do Espaço	Localização	37%	39%	37%	43%
	Custos	23%	22%	26%	-
	Administração Terceirizada	19%	33%	37%	29%
	Classe do Edifício	6%	-	-	28%
	Interação Social	15%	6%	-	-
Localização	Próximo ao Metrô	28%	27%	50%	27%
	Próximo a Corredores de Ônibus	23%	23%	24%	0%
	Próximo a Ciclofaixas	20%	8%	13%	10%
	Próximo a Clientes ou Correlatas	3%	19%	0%	27%
	Trânsito na Região	13%	4%	0%	18%
	Entorno (Restaurantes e Serviços)	13%	19%	13%	18%
Custos	Assinatura da Locação e Uso	21%	54%	45%	33%
	Estacionamento	13%	0%	0%	12%
	Alimentos e Comidas Disponíveis	13%	23%	7%	0%
	Impressão	16%	0%	7%	0%
	Aluguel de Salas de Reunião	21%	23%	33%	55%
	Aluguel de Espaços para Eventos	16%	0%	8%	0%
Administração Terceirizada	Manutenção	19%	21%	15%	25%
	Limpeza	23%	24%	23%	25%
	Recepção	15%	17%	15%	25%
	Segurança	19%	24%	15%	25%
	Realização de Eventos	12%	4%	9%	0%
	Distribuição de Comida e Bebida	12%	10%	23%	0%
Classe do Edifício	Projeto Arquitetônico	5%	7%	15%	15%
	Tamando do Edifício	5%	7%	15%	7%
	Elevadores	20%	12%	8%	21%
	Banheiros	20%	20%	15%	15%
	Ar-condicionado e Ventilação	25%	27%	15%	21%
	Internet e Tomadas	25%	27%	32%	21%
Interação Social	Similaridade dos Segmentos	0%	0%	12%	18%
	Possibilidade de Novos Negócios	0%	50%	22%	45%
	Descontração	67%	25%	33%	5%
	Aprendizado (Palestras e Eventos)	33%	25%	33%	32%

Elaboração própria.

5. Análise dos dados

O levantamento das necessidades dos usuários nas pesquisas, aliado às visitas aos espaços de *coworking*, propiciaram a prospecção de uma série de informações acerca dos espaços e sua inter-relação com os usuários. Segundo Veronezzi et. al. (2005), é essencial que toda a informação referente à qualidade de um dado edifício seja única para propiciar a correta tomada de decisão em relação ao empreendimento.

Dessa forma, elaborou-se uma metodologia para uniformizar o processo de análise dos edifícios em face aos anseios e necessidades do público adepto aos espaços no estilo *coworking*. Tal mecanismo é realizado por meio de uma escala de pontuação e uma série de matrizes de decisão, que incorporam todos os resultados das pesquisas e análises realizadas ao longo do estudo.

A classificação se baseou nos dados quantitativos das pesquisas e informações qualitativas fornecidas nas entrevistas, gerando a escala de pontuação apresentada na Tabela 05. A classificação foi definida e calibrada conforme a recorrência e relevância dos atributos obtidos no levantamento de dados, sendo estes tratados de forma a eliminar possíveis discrepâncias.

Tabela 05: Pontuação de cada critério de classificação

Pontuação	Classificação
Neutro	0
Média	1
Baixa	2
Alta	3

Elaboração própria.

Em relação à metodologia proposta, destaca-se que as análises têm como base o ponto de vista do usuário, incorporando características subjetivas intrínsecas aos mesmos. Logo, o sistema proposto neste estudo aplica-se preliminarmente apenas ao mercado imobiliário de São Paulo, dado que os dados foram coletados nesta localidade e não engloba todos os critérios para classificação de edifícios já existentes no mercado, assim como não se restringe aos mesmos.

5.1. Matriz de Decisão Primária

Nas pesquisas, os aspectos mais relevantes foram englobados numa matriz de decisão primária, que aliada à pontuação anteriormente descrita define quais requisitos possuem maior relevância de acordo com o(s) público(s)-alvo desejados. Optou-se, nessa matriz primária (Tabela 06), por englobar os aspectos mais citados nas pesquisas em campo, sendo eles a localização do empreendimento, o custo operacional mensal do espaço, o impacto de se possuir uma administração terceirizada especializada e, por fim, os ganhos com a interação dos ambientes compartilhados.

Tabela 06: Pontuação de cada critério de classificação

Público	Localização	Custos	Administração Terceirizada	Classe do Edifício	Interação
A – Colaborador (a) de Startup	Alta	Média	Média	Baixa	Baixa
B – Trabalhador(a) Autônomo	Alta	Média	Alta	Alta	Neutro
C – Proprietário de Startup	Alta	Média	Alta	Alta	Neutro
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Alta	Neutro	Média	Média	Média

Elaboração própria.

5.2. Matrizes de Decisão Secundária

A partir do momento que cada requisito é hierarquizado, o empreendedor pode partir para as análises mais aprofundadas acerca de cada tipo de subsegmento de necessidades. Para tanto, também foram organizadas matrizes de decisão, seguindo o mesmo racional anteriormente exposto para cada tipo de necessidade (localização, custos, administração terceirizada, classe do edifício e interação).

5.2.1. Localização

Foram destacados os principais anseios dos usuários no que tange aos acessos do empreendimento em função de sua localização, sob 4 grandes aspectos (Tabela 07): meios de transporte para chegar ao local, dando foco para os dois meios de transporte coletivo mais utilizados, ônibus e metrô, e também destacando as ciclo faixas pela alta demanda por bicicletas nesse tipo de empreendimento; proximidade com empresas e clientes que possuam grande afinidade com o segmento de atuação do usuário; tráfego na região, para englobar o uso de transportes particulares, táxis e/ou aplicativos de motoristas particulares; e, por fim, os serviços oferecidos na localidade, tais como restaurantes, shoppings, entre outros.

Tabela 07: Matriz de decisão secundária de localização

Público	Metrô e Trem	Ônibus	Ciclofaixas	Proximidade com clientes	Trânsito na região	Serviços próximos
A – Colaborador (a) de Startup	Alta	Média	Média	Neutro	Neutro	Média
B – Trabalhador(a) Autônomo	Alta	Média	Baixa	Média	Baixa	Média
C – Proprietário de Startup	Alta	Média	Baixa	Neutro	Neutro	Baixa
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Média	Neutro	Baixa	Média	Média	Média

Elaboração própria.

5.2.2. Custos

Os custos atrelados a operacionalidade dos espaços variam de acordo com os operadores, podendo ser cobrados de maneira fixa em uma mensalidade ou variáveis com o seu uso. Dentre os principais valores associados, destacam-se os apresentados na Tabela 08: estacionamento, destinado unicamente a usuários que se locomovem em transportes particulares; alimentos e bebidas e impressão, que caracterizam serviços e produtos englobados no empreendimento e disponíveis para usuários e clientes; além de aluguéis de salas de reunião e espaços para eventos.

Tabela 08: Matriz de decisão secundária de custos

Público	Assinatura	Estacionamento	Alimentos e Bebidas	Impressão	Salas de reunião	Salas de eventos
A – Colaborador (a) de Startup	Média	Neutro	Baixa	Média	Média	Baixa
B – Trabalhador(a) Autônomo	Alta	Média	Média	Baixa	Média	Neutro
C – Proprietário de Startup	Alta	Neutro	Alta	Média	Alta	Baixa
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Média	Baixa	Neutro	Neutro	Alta	Neutro

Elaboração própria.

5.2.3. Administração terceirizada

Uma das principais alavancas de decisão dos usuários para a escolha de *coworkings* como local de trabalho reside no fato da administração do espaço ser completamente terceirizada, otimizando o tempo dos usuários para suas atividades principais. Sob o ponto de vista de satisfação com os serviços prestados pelos *coworkings*, as necessidades contempladas na Tabela 09 são as que requerem maior cuidado: manutenção, limpeza, recepção e segurança, além de representarem uma diminuição implícita de custos.

Esse fato é explicado porque os custos se encontram distribuídos entre todos os usuários e estão incorporados no custo de assinatura, representando também uma diminuição do quadro de funcionários da empresa e uma menor preocupação relativa às questões operacionais no ambiente empresarial, visto que a realização de eventos e a distribuição de alimentos e bebidas englobam serviços que podem ser ofertados nesses espaços.

Tabela 09: Matriz de decisão secundária de administração terceirizada

Público	Manutenção	Limpeza	Recepção	Segurança	Realização de eventos	Alimentos e bebidas
A – Colaborador (a) de Startup	Média	Média	Baixa	Média	Média	Média
B – Trabalhador(a) Autônomo	Alta	Média	Média	Alta	Baixa	Baixa
C – Proprietário de Startup	Média	Média	Baixa	Média	Baixa	Média
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Alta	Média	Alta	Alta	Neutro	Neutro

Elaboração própria.

5.2.4. Classe do edifício

A classe de um edifício está intimamente ligada a uma série de requisitos acerca de sua infraestrutura, das quais destacamos as que despertaram maior interesse dos usuários ao longo do processo de pesquisa, apresentadas na Tabela 10: tomadas e internet, dois itens muito citados nas entrevistas com membros desse tipo de empreendimento; arquitetura, envolvendo a ambientação e desenho do espaço; tamanho das salas disponíveis para contratação; disposição e quantidade de banheiros e elevadores nas lajes; e presença de ar condicionado nas salas e áreas comuns, sendo esse um dos itens indispensáveis em ambientes de trabalho mais citados nas pesquisas realizadas.

Tabela 10: Matriz de decisão secundária da classe do edifício

Público	Arquitetura	Tamanho	Elevador	Banheiro	Ar condicionado
A – Colaborador (a) de Startup	Baixa	Baixa	Média	Média	Alta
B – Trabalhador(a) Autônomo	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta
C – Proprietário de Startup	Média	Baixa	Média	Média	Alta
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Média	Baixa	Alta	Média	Alta

Elaboração própria.

5.2.5. Interação entre usuários

Os espaços no estilo *coworking* tem como principal característica a amplitude dos ambientes, que são compartilhados por diversas pessoas, sendo de uma mesma empresa ou não. Tal fato possibilita certo grau de interação com novas pessoas e, inclusive, novas oportunidades de negócio, fazendo com que este requisito seja relevante para determinados tipos de público.

Os aspectos englobados foram (Tabela 11): similaridade dos segmentos de todas as empresas presentes no empreendimento ou lajes; possibilidade da realização de negócios entre empresas localizadas no mesmo empreendimento; descontração, englobando a presença de áreas comuns, eventos de integração ou qualquer atividade ou ação operacional que reúna os usuários; e novos aprendizados provenientes das trocas de informações e vivências entre usuários ou visitantes.

Tabela 11: Matriz de decisão secundária da interação entre usuários

Público	Similaridade dos segmentos	Novos negócios	Descontração	Novos aprendizados
A – Colaborador (a) de Startup	Baixa	Alta	Alta	Alta
B – Trabalhador(a) Autônomo	Baixa	Média	Alta	Alta
C – Proprietário de Startup	Neutro	Alta	Alta	Média
D – Colaborador(a) de uma grande empresa com célula em <i>coworking</i>	Neutro	Neutro	Alta	Alta

Elaboração própria.

6. ENSAIO E DISCUSSÃO

Como forma de analisar a aplicabilidade dos resultados obtidos e a metodologia proposta, os *coworkings* visitados foram submetidos a um ensaio para avaliar sua adequação ao público atendido. Para cada espaço foram analisados os macroatributos utilizados na pesquisa: localização, custos, administração do espaço, classe do edifício e interação entre usuários. O critério para avaliação dos atributos utiliza os princípios da Tabela 06 e cada característica do espaço é avaliada quanto sua adequação frente à demanda, com a classificação variando entre “baixa”, “média” e “alta”, que corresponde a uma pontuação de 1 a 3, conforme a Tabela 05. Para consolidar o macroatributo, utiliza-se a média simples das notas obtidas.

6.1. Ensaio Realizados

Foram realizados ensaios para cada uma das classes de necessidades analisadas: localização, custos, administração terceirizada, classe do edifício e interação entre usuários.

6.1.1. Localização

Referente à localização, todos os *coworkings* visitados localizam-se em regiões privilegiadas sob o ponto de vista de malha de transportes. Todos estão a menos de 1 quilômetro de estações de trem ou metrô, apresentam densa malha rodoviária urbana e ciclo faixas nas proximidades.

Enquanto o 360 *Coworking* está num bairro de residências e comércio, os demais espaços visitados localizam-se em grandes polos corporativos de São Paulo, como Vila Olímpia e Itaim Bibi. Seus vizinhos são escritórios de grandes empresas e bancos, além de gigantes da tecnologia mundial, predominando nestas regiões um denso trânsito e ampla gama de serviços disponíveis (Tabela 12).

Tabela 12: Matriz de ensaio de transportes

Espaço	Metrô e Trem	Ônibus	Ciclofaixas	Proximidade com clientes	Trânsito na região	Serviços próximos
Cubo Itaú	Alta	Alta	Alta	Alta	Baixa	Alta
WeWork Paulista	Alta	Alta	Alta	Alta	Baixa	Alta
WeWork Faria Lima	Alta	Alta	Alta	Alta	Baixa	Alta
Spaces Berrini	Alta	Alta	Alta	Alta	Baixa	Média
360 Coworking Butantã	Alta	Média	Baixa	Baixa	Média	Baixa

Elaboração própria.

6.1.2. Custos

Em relação aos custos, há que se considerar que a comparação entre o espaço 360 e os demais traz assimetrias. Enquanto o 360 Coworking Butantã é uma solução de baixo custo, voltada principalmente a estudantes de universidades próximas e autônomos, os quatro restantes fazem parte de grandes redes, consolidadas pelo mundo e direcionadas para médias e grandes empresas. Ressalta-se que as notas atribuídas aos fatores (baixa, média ou alta) referem-se a sua adequação, não à quantificação do custo (Tabela 13).

Tabela 13: Matriz de ensaio de custos

Espaço	Assinatura	Estacionamento	Alimentos e Bebidas	Impressão	Salas de reunião	Salas de eventos
Cubo Itaú	Média	Baixa	Alta	Média	Média	Alta
WeWork Paulista	Média	Baixa	Alta	Média	Média	Alta
WeWork Faria Lima	Média	Baixa	Alta	Média	Média	Alta
Spaces Berrini	Média	Baixa	Média	Média	Alta	Alta
360 Coworking Butantã	Alta	Alta	Baixa	Média	Média	Baixa

Elaboração própria

6.1.3. Administração terceirizada

Assim como em relação aos custos, a administração do Cubo, dos WeWorks e do Spaces é bastante diferente àquela do 360. Embora todos os espaços ofereçam limpeza e manutenção, o 360 é o único que não oferece cadastro de visitantes, apenas um recepcionista e pequenos espaços para eventos. Os demais possuem segurança na entrada, cadastro com foto dos visitantes e realização de grandes eventos aos seus membros e ocupantes (Tabela 14).

Tabela 14: Matriz de ensaio de administração do espaço

Espaço	Manutenção	Limpeza	Recepção	Segurança	Realização de eventos	Alimentos e bebidas
Cubo Itaú	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
WeWork Paulista	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
WeWork Faria Lima	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Spaces Berrini	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
360 Coworking Butantã	Baixa	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa

Elaboração própria

6.1.4. Classe do edifício

Da mesma forma que nos tópicos anteriores, a comparação entre o 360 coworking e os demais é assimétrica. O espaço no Butantã opera numa antiga residência, a base de adaptações.

Diferentemente dos outros locais visitados, não há tomadas e cabeamento de internet disponíveis em todos os locais. O local não foi planejado para esse tipo de funcionamento, de modo que o ar-condicionado funciona a base de aparelhos split e há poucos banheiros disponíveis.

Os demais apresentam características muito semelhantes. Nos quatro locais, as salas e ambientes são moldados de modo a possibilitar constantes reformas e adaptações. Há, portanto, tomadas e cabeamento de internet por todos os locais, sem necessidade de grandes adaptações. A arquitetura dos edifícios é pensada para receber *coworkings*, portanto salas privativas convivem com diversos espaços abertos e agradáveis, que facilitam a comunicação e o bem-estar. Todos possuem elevadores rápidos e ar-condicionado central (Tabela 15).

Tabela 15: Matriz de ensaio da classe do edifício

Espaço	Arquitetura	Tamanho	Elevador	Banheiro	Ar condicionado
Cubo Itaú	Alta	Alta	Alta	Média	Alta
WeWork Paulista	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
WeWork Faria Lima	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Spaces Berrini	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
360 Coworking Butantã	Baixa	Baixa	-	Baixa	Baixa

Elaboração própria

6.1.5. Interação entre usuários

A interação entre usuários está ligada a diversos aspectos mencionados anteriormente, como estrutura do espaço, realização de eventos, quantidade de usuários.

No caso do 360 Coworking, há poucas empresas de segmentos extremamente variados, de forma que se torna improvável a existência de muitas sinergias. O volume de empresas e visitantes torna a possibilidade de novos negócios menor. A falta de amplos ambientes de descontração e realização de palestras e workshops diminui a chance de novos aprendizados e descontração.

Os espaços restantes visitados prezam pela interação entre usuários. Esses locais são utilizados por pequenas, médias e grandes empresas, de variados segmentos. Em algumas das entrevistas, os usuários mencionaram que muitos negócios ou propostas surgiram em conversas informais, durante momentos de descontração. Estes ambientes também realizam diversos eventos, palestras e cursos, para fomentar a interação e viabilizar novos negócios (Tabela 16).

Tabela 16: Matriz de ensaio da interação de usuários

Espaço	Similaridade dos segmentos	Novos negócios	Descontração	Novos aprendizados
Cubo Itaú	Alta	Alta	Alta	Média
WeWork Paulista	Alta	Alta	Alta	Alta
WeWork Faria Lima	Alta	Alta	Alta	Alta
Spaces Berrini	Alta	Alta	Alta	Alta
360 Coworking Butantã	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa

Elaboração própria

6.2. Discussão

Os espaços podem ser comparados pela sua adequação em cada macroatributo (Tabela 17).

Tabela 17: Matriz de ensaio consolidada

Espaço	Localização		Custos		Administração		Classe		Interação	
	Total	Adeq.	Total	Adeq.	Total	Adeq.	Total	Adeq.	Total	Adeq.
Cubo Itaú	2,7	Alta	2,2	Média	3,0	Alta	2,8	Alta	3,0	Alta
WeWork Paulista	2,7	Alta	2,2	Média	3,0	Alta	3,0	Alta	3,0	Alta
WeWork Faria Lima	2,7	Alta	2,2	Média	3,0	Alta	3,0	Alta	3,0	Alta
Spaces Berrini	2,3	Média	2,2	Média	3,0	Alta	3,0	Alta	3,0	Alta
360 Coworking Butantã	2,0	Média	2,2	Média	1,0	Baixa	1,0	Baixa	1,0	Baixa

Elaboração própria

Como é possível verificar, os quatro primeiros *coworkings* adequam-se bem à maioria dos atributos levantados, diferentemente do 360 Coworking. Este, como mencionado anteriormente, compensa parte das deficiências com preços abaixo dos praticados pelos primeiros.

Para compreender quais espaços são adequados para cada segmento, utilizou-se a análise em função da demanda caracterizada no Quadro 1:

- Demanda Irrelevante ou Baixa: todos os espaços estão adequados;
- Demanda Média: apenas espaços classificados com adequação “Média ou Alta” atendem;
- Demanda Alta: apenas os espaços com adequação “Alta” suprem esta demanda.

A Tabela 18 consolida, por macroatributo, quais *coworkings* atendem cada tipo de usuário.

Tabela 18: Matriz de adequação dos espaços visitados para perfil de usuário

Espaço	Localização	Custos	Administração	Classe	Interação
Cubo Itaú	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D
WeWork Paulista	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D
WeWork Faria Lima	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D
Spaces Berrini	-	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D	A, B, C, D
360 Coworking Butantã	-	A, B, C, D	-	A	A, B

Elaboração própria

Embora parte da análise tenha se dado de forma qualitativa, a Tabela 18 fornece dados relevantes na análise do modelo de *coworking*. Primeiramente, os custos praticados no mercado aparentam estar em linha com a demanda dos usuários deste padrão, seja em grandes redes ou em ambientes mais modestos. Além disso, constatou-se que os grandes espaços de *coworking* adequam-se em praticamente todos os quesitos demandados pelos usuários.

7. CONCLUSÃO

O *coworking* têm se mostrado uma alternativa de tipologia de espaço em ascensão no período recente, decorrente de uma conjuntura econômica nacional de crise nos últimos anos. O presente estudo busca, então, ser um material de apoio completo, possibilitando a um empreendedor avaliar o tipo de público e as necessidades dos usuários de *coworking* que pretende atender.

Com uma análise histórica e pesquisas em campo em diversos empreendimentos com lajes no estilo ambiente compartilhado, buscou-se confirmar ou corrigir as hipóteses e premissas

adotadas. Além disso, foram definidos detalhadamente os principais tipos de públicos, bem como as suas principais necessidades e demanda quanto ao ambiente envolvendo os cinco principais temas definidos. Esses temas se dividem em localização do empreendimento, custos atrelados ao uso do espaço, administração terceirizada do ambiente, classe do edifício em que está inserido o *coworking* e a interação proveniente desse tipo de ambiente. Para finalizar essa análise, se consolidou então a matriz de decisão, envolvendo uma média simples dos temas envolvidos.

Dessa forma, foram definidos quatro principais tipos de usuários de ambientes compartilhado, cada um com necessidades e demandas específicas: o trabalhador autônomo, o colaborador de uma Startup, o proprietário de uma Startup e, por fim, o colaborador de uma grande empresa com célula em *coworking*.

O autônomo prioriza a diminuição de qualquer tipo de custo, mantendo um ambiente de trabalho agradável e com infraestrutura descente, mas sem extravagâncias, além da alta demanda pela interação proximidade com eixos de transporte público.

O colaborador também busca proximidade do empreendimento com o eixo de transporte público, interação e infraestrutura, porém, pelo fato de não ser diretamente responsável pelas despesas da empresa, o custo acaba não sendo um fator muito determinante para esse tipo de público.

Por outro lado, o proprietário de Startup tem uma preocupação muito maior com os serviços ofertados no empreendimento e pela operação terceirizada do ambiente, reduzindo custos e facilitando a operacionalização. Também se atentam a localização e descontração para engajamento dos colaboradores.

O colaborador de uma grande empresa com célula em *coworking* também não tem preocupação com os valores e custos operacionais, porém necessita de ambiente com ótima infraestrutura e todos os serviços inclusos. Em contrapartida, para esse grupo, o uso de transportes públicos é reduzido, focando em transportes particulares, táxis ou serviços de motoristas particulares.

Também se destaca a não existência de uma classificação mínima de edifícios que podem ter suas lajes utilizadas no sistema de *coworking*. Como apenas alguns atributos de fato vinculados às necessidades dos usuários desses espaços (internet, ar condicionado e descontração) qualquer classificação de edifício pode comportar lajes de ambientes compartilhados.

8. REFERÊNCIAS

ABREU, P.; LIBARDI, J. *Perspectivas para 2018*. Revista Buildings, São Paulo, p 24-26, mar. 2018. Edição 40.

Coworking Brasil. *Censo 2017: Estudo completo*. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2017-estudo-completo/>>. Acesso em 16 abr. 2018

Coworking Brasil. *Censo 2017*. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2017/>>. Acesso em 28 abr. 2018

Cushman & Wakefield. *Coworking 2018 - The Flexible Workplace Evolves*. 2018. Disponível em: <<https://cushmanwakefield.turtl.co/story/coworking2018.pdf>>. Acesso em 01 mai. 2018

DeKoven, Bernard. *The Coworking Connection*. 2013. Disponível em: < <http://www.deepfun.com/the-coworking-connection/>>. Acesso em 31 mai. 2018

Deskmag. *The History Of Coworking In A Timeline*. Disponível em: < <http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>>. Acesso em 25 mai. 2018

Deskwanted. *Global Coworking Census 2013*. Disponível em: <<http://www.zonacoworking.es/wp-content/uploads/2013/02/Global-Coworking-Census-2013.pdf>>. Acesso em 25 mai. 2018

International WELL Building Institute (IWBI). *The WELL Building Standard*. Disponível em: <<https://www.wellcertified.com/en/explore-standard>>. Acesso em 24 jun. 2018.

Jones Lang LaSalle. *Espaços compartilhados*. 2018. Disponível em: <http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/relatorios/191/ebook_espacos_compartilhados>. Acesso em 07 abr. 2018

Jones Lang LaSalle. *A new era of coworking*. 2016. Disponível em: <<http://www.jll.eu/emea/en/gb/Documents/co-working/doc/JLL-A-New-Era-Of-Coworking-2016.pdf>>. Acesso em 16 abr. 2018

Jones Lang LaSalle. *O Futuro do Trabalho*. 2017. Disponível em: <http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/Documents/JLL-FutureofWork-2017-SCREEN_PTBR_LR.pdf>. Acesso em 29 abr. 2018

LIBARDI, J. *Compartilhamento de espaços*. Revista Buildings, São Paulo, p 20-21, mar. 2017. Edição 37.

LIMA JR, J. R.; ALENCAR, C. T.; MONETTI, E. *São Paulo's Office Market: Scenario for the Next Years*. Journal of Financial Management of Property and Construction (2017).

MONETTI, E.; CERQUEIRA, L.L.J. *Location features of office market centers within the São Paulo metropolitan area*. 2010. 10a Conferência Internacional da LARES.

MORISSET, Bruno. *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*. 2013. Disponível em: < <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075/document>>. Acesso em 01 mai. 2018

SAITO, C. T. *Smart Workplace para atender diversidade das gerações*. Revista Buildings, São Paulo, p 28-29, jun. 2017. Edição 38.

VERONEZI, A. B. P.; LIMA JR, J. R.; ALENCAR, C. T. *Sistema de Classificação de Edifícios de Escritórios no Brasil*. V Seminário Internacional da LARES – Latin American Real Estate Society. 11 p. São Paulo, Brasil (2005)

Young, J.S. (1997) *Not so lonely eagles*. Forbes.com. Disponível em <www.forbes.com/1997/05/19/eagle.html>. Acesso em 06 jun. 2018.