



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UniCEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

JOÃO VICTOR BARROS HENRIQUES

FATORES DE ASSOCIAÇÃO E DISSOCIAÇÃO AOS COWORKINGS

Brasília
2020

JOÃO VICTOR BARROS HENRIQUES

FATORES DE ASSOCIAÇÃO E DISSOCIAÇÃO AOS COWORKINGS

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientador: Prof. MSc. Igor Guevara Loyola de Souza

Brasília
2020

JOÃO VICTOR BARROS HENRIQUES

FATORES DE ASSOCIAÇÃO E DISSOCIAÇÃO AOS COWORKINGS

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, _____ de _____ de 20____.

Banca Examinadora

Prof. (a):

Igor Guevara Loyola de Souza

Prof. (a):

Examinador(a)

Prof. (a):

Examinador(a)

Brasília
2020

FATORES DE ASSOCIAÇÃO E DISSOCIAÇÃO AOS COWORKINGS

João Victor Barros Henriques¹
Igor Guevara Loyola de Souza²

RESUMO

Levando em consideração que o *coworking* é uma nova modalidade de trabalho que vem ganhando cada vez mais adeptos no Distrito Federal, o presente trabalho retrata os fatores de associação e dissociação das empresas aos espaços compartilhados. Tendo em vista essa realidade, apresenta-se resultados através de uma abordagem qualitativa, onde obteve-se como amostra empresários e proprietários de negócios e *coworking* que foram entrevistados a partir de um roteiro semiestruturado. Os resultados apontam que os fatores como facilidade e custo-benefício sejam primordiais para se as organizações se juntarem aos coworkings e o principal fator pelos quais abandonam os espaços é atingir um grande porte.

Palavras-chave: *coworking*, associação e dissociação, organizações.

1 INTRODUÇÃO

A escolha do local de trabalho muitas vezes é de suma importância para o desenvolvimento das empresas e os modelos de negócios vêm se transformando com o passar dos anos. Cada vez mais as organizações estão abraçando novas ideias e novas maneiras de se trabalhar, assim, flexibilizando a entrega das atividades propostas aos seus funcionários e colaboradores. Com esse cenário, *coworkings* vêm acolhendo essas empresas oferecendo serviços e estruturas semelhantes a escritórios convencionais, se tornando uma ótima oportunidade.

Os benefícios imateriais do *coworking*, como transferência de conhecimento, trocas informais, colaboração e interação com outras pessoas são para os usuários do *coworking* não apenas um efeito colateral, mas a principal razão para utilizarem estes espaços, em vez de apenas ter uma área de trabalho. (DÖRING, 2010 apud DEIJL, 2013, p.4)

¹ Graduando em Administração pelo Centro Universitário de Brasília (UniCEUB). jvbh1903@sempreceub.com.

² Docente FATECS/ UniCEUB. Mestre em Administração (UnB), na área de Estudos Organizacionais e Gestão de Pessoas. Bacharel em Administração (UnB), igor.souza@ceub.edu.br.

A modalidade do espaço compartilhado nasceu nos Estados Unidos, em 2005, quando o engenheiro de software Brad Neuberg abriu as portas do seu escritório fundado com os amigos, para profissionais que precisavam de um lugar para trabalhar e que gostariam de trocar experiências (CBOFFICE, 2018). De acordo com o site Desk *Coworking* (2018) observa-se que esse tipo de empreendimento vem se expandindo a partir de 2017, onde houve um crescimento de 48% em relação ao ano anterior.

De acordo com o site *Coworking* Brasil (2019), conceitua os espaços como:

Coworking é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. Seguindo as tendências do *freelancing* e das *startups*, os *coworkings* reúnem diariamente milhares de pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador. Essa união de pessoas permite que mais e mais escritórios se espalhem pelo país.

No Brasil, de acordo com o Censo *Coworking* Brasil (2018) atualmente contam-se mais de 1000 espaços, que juntos atendem cerca de 214 mil pessoas e há mais de 30 espaços como esses espalhados pelo Distrito Federal. Estes espaços se propõem a trazer novas maneiras de trabalhar, flexibilidade, estrutura completa, internet de alta velocidade, serviço de secretaria, limpeza, horário de funcionamento 24h, localização privilegiada, segurança, cafeteria, endereço fiscal e comercial, auditórios e salas de reunião. Para Toledo e Barreto (2014, p. 28):

Uma outra característica dos *coworking spaces* que ajuda a explicar seu crescimento durante e após a crise, é o seu valor. Um aluguel da posição de trabalho em *coworking* space custa, geralmente, menos do que o de um escritório corporativo, devido às economias de escala; nos *coworking spaces* há o uso compartilhado do espaço e das facilidades de um escritório (cafezinho, internet, impressora, fotocopadora e em alguns casos até *office boy*).

Nos tempos atuais de crise, os *coworkings* são vitais para empresas e trabalhadores que não possuem condição financeira para investir em seu próprio escritório. Uma pesquisa feita mundialmente obteve 650 respostas em 25 países e foi divulgada no site Movebla (COSTA, 2013), abrangeu alguns fatores de suma importância para que os usuários de espaços compartilhados optassem pelo *coworking* que frequentam atualmente, como recursos, serviços e conforto. Resumidamente, a pesquisa mostra que 54% dos usuários preferem compartilhar o espaço com menos de 20 pessoas; mais da metade não se importam em compartilhar a mesa de trabalho; e em relação aos serviços e recursos oferecidos,

os três mais relevantes respectivamente são, a internet, impressão e cópia e pelo menos uma sala de reunião a disposição.

“Porque as empresas migraram do escritório tradicional e *home office* para *coworkings*?”; “quais são os tipos dos *coworkings*?”; “que tipo de serviços são oferecidos nesses espaços?”. O objetivo geral é analisar a aderência das empresas aos *coworkings* do Distrito Federal. Para o alcance deste objetivo foram definidos os seguintes objetivos específicos: a) analisar a estrutura e recursos dos *coworkings*; b) tipificar os *coworkings*, c) analisar os motivos das empresas ao se associar e dissociar dos *coworkings*.

Do ponto de vista acadêmico relaciona-se à geração de conhecimento científico sobre um assunto de relevância para a população nesses últimos anos e na inserção de conhecimento para estudantes, profissionais, empresários e até mesmo dos centros universitários ressaltando o quão rico é ter espaços compartilhados no meio que está inserido e o porquê das empresas dissociarem destes espaços. No âmbito gerencial, o assunto trazido contribuirá com o estudo dos fatores que levam à adoção do *coworking* como espaço de trabalho. Portanto, é fundamental um empresário do ramo ter conhecimentos desses fatores para criar estratégias em seus negócios, estrutura e serviços competentes, visando a satisfação do cliente e em gerar lucros. Com relação à relevância social, os resultados da pesquisa poderão auxiliar os proprietários e usuários a visualizar a oportunidade na qual estão inseridos, a estrutura, serviços e a tipologia destes espaços compartilhados.

2 COWORKING

O *coworking* atualmente é uma tendência e está crescendo no mundo corporativo e ganhando mais usuários a cada dia. Este ambiente possibilita a criação de novos negócios, a inovação, o empreendedorismo, a disseminação do conhecimento e a produção de eventos e programas de capacitação. Para Leforestier (2009) os *coworkings* é a repartição de toda a estrutura física, móveis e eletrodomésticos, custos de locação, serviços de secretária, internet e telefone,

tornando-se um ambiente propício ao *networking*, a troca de experiências e conhecimentos.

Encontrar profissionais de diversas áreas nestes espaços é algo comum, e é um modelo de trabalho fundamentado no compartilhamento de um espaço e recursos entre indivíduos que trabalham autonomamente, na mesma ou diferente empresa e até sem serem da mesma área de atuação, isso faz com que seja rica a mudança das organizações vir a trabalhar nesse espaço, com o objetivo de estabelecer e promover relações de negócios entre os membros. Segundo Medina e Krawulski (2016, p. 181), “*coworking* é a modalidade de trabalho na qual profissionais de diferentes áreas sem local fixo de trabalho buscam ampliar sua rede de contatos, compartilhando espaço e serviços de escritório.”

Os *coworkings* têm como proposta ser um novo modelo, uma nova maneira de trabalhar, inserido em um ambiente menos maçante e mais acolhedor, buscando maximizar a criatividade, a troca de ideias, produtividade, flexibilidade e satisfação das pessoas que desfrutam de um ambiente compartilhado.

O espaço de *coworking* é uma comunidade aberta, onde a confiança e a colaboração desempenham um papel fundamental sem função e sem nenhuma estrutura hierárquica. É um lugar onde você pode iniciar uma conversa com a pessoa que trabalha na mesa ao seu lado e trocar idéias. Muitos espaços de *coworking* têm um canto de café e sofás confortáveis para preservar uma atmosfera informal e incentivar a interação entre os membros. (DÖRING, 2010 apud DEIJL 2013, p. 4)

A relação entre usuários nos ambientes de trabalho baseado no compartilhamento de espaço e recursos de escritório, possibilita o desenvolvimento de negócios entre pessoas que não trabalham na mesma empresa ou na mesma área de atuação. Esse tipo de relação propicia a aparição e amadurecimento de novas ideias e projetos (BUSSACOS, 2015).

No Quadro 1 apresenta-se os tipos de *coworking* que Spinuzzi (2012) designou em sua pesquisa, sendo possível identificar o objetivo destes espaços. No estudo de Campos, Teixeira, Schmitz (2015) apontou-se o *Coffee Shop*, sendo categorizado também como um espaço de trabalho compartilhado.

Quadro 1 - Tipos de *coworking*

Espaço de trabalho comunitário	<i>Coffee Shop</i>	<i>Unoffice</i>	Espaços de trabalho federativos
---------------------------------------	---------------------------	------------------------	--

Espaços para ocupação à disposição das comunidades locais próximas.	Cafeterias com estruturas básicas de um escritório para realização de trabalhos remotos.	Ambiente voltado para o <i>networking</i> e interação dos participantes.	Espaço a fim de estimular o relacionamento dos integrantes e incentivar novas alianças em nível formal.
Spinuzzi (2012)	Campos, Teixeira, Schmitz (2015)	Spinuzzi (2012)	Spinuzzi (2012)

Fonte: Elaboração própria

Nos dias de hoje os ambientes de inovação são variados e possuem diversas características, como na maneira que é integrado o espaço físico e em sua oferta, com possibilidade a disseminação do conhecimento a partir de eventos, cursos e atividades (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015).

Na pesquisa realizada por Spinuzzi (2012), conhecida como “Working Alone Together”, se esforçou em classificar os *coworkings*, na região de Austin, nos Estados Unidos. Foram categorizados três tipos, “espaço de trabalho comunitário” (*community work spaces*), espaços de trabalho federativos (*federated work spaces*) e o “*unoffice*”.

Os espaços de trabalho comunitário se definiram a fim de servir às comunidades locais, obviamente com serviços de *coworking*, como por exemplo uma sala livre para reuniões e conferências. Já os espaços de trabalho federativos, são espaços que têm em vista estimular o relacionamento entre os usuários, todavia, há o incentivo para que essas ligações alcance níveis mais formais, com os colaboradores firmando parcerias (SPINUZZI, 2012). E por fim o *unoffice*, uma das características desse espaço é ter uma maior interação entre os membros e funcionários, com discussões, debates, com finalidade no *brainstorm* e *feedback*. Para Consoni (2010, p.8) “o *feedback* pode ser negativo ou positivo, porém ambos são necessários para o crescimento do profissional e da empresa.”

Já Moriset (2014), antes do *coworking* se consolidar, há lembranças de ambientes semelhantes ainda no século XX, conhecidos como “café literários”. Alguns estabelecimentos como cafeterias tornam-se ponto de encontro para reuniões, trabalho e estudo, contando com o serviços na qual oferecem, remetendo

a ideia dos estabelecimentos da época. Categorizado por Campos, Teixeira, Schmitz (2015), como:

Coffee Shop: cafeterias que vislumbram o potencial da força de trabalho remota de profissionais que necessitam de um espaço diferente do habitual, com uma melhor oferta de internet wifi, pequenas mesas e tomadas de energia em abundância, serviço de alimentação, segurança e possibilidade de *networking*, como a Norte Americana Starbucks, a Belga, Le Pain Quotidien, a Brasileira Fran's Café. (JACKSON, 2013 apud CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015, p. 6)

Desta forma, entende-se que os tipos de *coworking* tende a beneficiar os usuários, onde os negócios encontram um espaço com uma característica, *networking* e uma nova perspectiva de trabalho que acaba colidindo com sua necessidade, por isso, adota este modelo. Portanto, é necessário entender a razão da saída destes negócios dos *coworkings*.

2.1 Motivos de associação e desassociação nos *coworkings*

Esse novo modelo de negócio tem como necessidade de determinados profissionais e empresas que buscam pechinchar os custos que teria em um escritório próprio e toda a estrutura por trás, com finalidade de maior flexibilidade, tanto na questão dos horários, quanto de locomoção (SZENKIER, 2018). Se tornar membro dos espaços compartilhados tende a uma relação de facilidade, pois, basicamente é preciso apenas firmar um contrato de aluguel da posição de trabalho que utilizará e ser isento aos procedimentos burocráticos de um espaço próprio. Segundo Szenkier (2018, p.9), “o espaço de *coworking* surge com a ideia de ser menos burocrático, já que o usuário não precisa se preocupar com licenças da prefeitura, pagamentos de contas básicas e as despesas fixas de um escritório tradicional.”

Os *coworkings* vieram a ter grande procura e relevância no Brasil a partir de 2007, onde se iniciava a maior crise econômica que o país já experimentou e esse cenário influenciou no seu crescimento durante e após a crise. Isso tudo se explica pelo valor cobrado pelo aluguel do espaço de trabalho, sendo numerosamente inferior a um escritório corporativo devido às economias de escala (BARRETO; FERRAZ, 2014).

Segundo Deijl (2013, p.6) “o *coworking* promove a difusão do conhecimento, o crescimento da produtividade de trabalhadores e inovação”. Os membros que usufruem dos espaços de trabalho compartilhado e colaborativo estão expostos a um ambiente criador e inovador e nesse paradigma organizacional, as empresas podem se beneficiar dessa oportunidade, objetivando ter vantagens competitivas, além da diminuição dos custos operacionais (SZENKIER, 2018). A partir disso, pode-se estabelecer que o processo de inovação segundo Fortes, Rodrigues e Dos Santos (2011, apud VAN DE VEN et al., 2000, p.4) é:

“Motivar e coordenar as pessoas a desenvolver e implementar novas idéias engajando-se em transações (ou relacionamentos) com outros e fazer as adaptações necessárias para alcançar os resultados desejados dentro de um contexto organizacional e institucional em mudança.”

Em grande parte das pesquisas realizadas visam a atuação estratégica das organizações referente ao sucesso, buscando compreender as causas que contribuem para que estas atingem resultados favoráveis. Logo, a atenção dada às táticas infrutíferas e aos empreendimentos e empresários que foram fracassados, em que os objetivos estipulados pelas redes não obtiveram êxito.

À vista disto Pereira et al. (2010) discutiram sobre o término dos negócios das empresas que faziam parte das redes de cooperação, tendo em vista uma considerável quantidade de empresas que não agregavam. Após análise do resultados, observou-se que as relações de desconfiança, discrepância de informações, tamanho das empresas, relação de custo-benefício e os processos de gestão elaborados pelas redes foram determinantes para o abandono.

Um estudo realizado por Lima (2007) tinha como propósito entender os motivos que acarretam para que os empresários e organizações se desassociem das redes de cooperação. Segundo o autor, o tamanho da empresa é uma questão importante e diante das que possuem liderança no mercado não são empresas que atuam em redes de cooperação.

As empresas de pequeno e médio porte tende a se associarem aos coworkings mais facilmente por conta da facilidade e por se ter um poder aquisitivo menor, em relação a uma empresa de grande porte. Acredita-se que o fator que acarreta na dissociação das empresas seja também pelo seu tamanho, pois o custo-benefício acaba se escoando por conta da quantidade de colaboradores que

fazem parte da organização e a dificuldade de gerir sua equipe em meio aos espaços compartilhados, então, ter um espaço próprio acaba se tornando a saída.

Wegner, Zen e Andino (2011) realizaram um estudo e objetivou identificar os motivos que causam o desligamento a uma rede por parte dos associados. Ao analisar os resultados pôde-se apontar que divisão interna, ansiedade por resultados, falhas estratégicas, problemas com gestão e poucos integrantes na rede refletem na saída das empresas.

A partir das considerações sobre tipos de coworking e fatores de associação e desassociação, seguirá a descrição de coleta e análise de dados deste estudo, com a finalidade de atender aos objetivos propostos.

3 MÉTODO

Os procedimentos e as operações metodológicas deste estudo foram descritas no Quadro 2.

Quadro 2 - Procedimentos metodológicos da pesquisa

Etapa	Objetivos de Pesquisa	Abordagem	Instrumentos	Amostragem	Amostra	Análise
1	Analisar a estrutura e recursos dos <i>coworkings</i>					
2	Tipificar os <i>coworkings</i>	Qualitativa	Roteiro semiestruturado de entrevista	Saturação teórica	Empresários e proprietários de negócios e <i>coworking</i>	Análise de conteúdo
3	Analisar os motivos das empresas ao se associar e dissociar dos <i>coworkings</i>					

Fonte: Elaboração própria

Essa pesquisa é de natureza qualitativa e possui recorte transversal. Segundo Godoy (1995), a pesquisa qualitativa é reconhecida e ocupa um lugar entre as possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas

relações sociais que são acordadas em inúmeros ambientes. Para Flick (2013) a pesquisa qualitativa não parte impreterivelmente de um modelo teórico do conteúdo que está estudando e evita suposições e operacionalização. A pesquisa qualitativa segundo Firestone (1987), tem um histórico em um modelo onde a realidade é socialmente instituída, ou seja, está ligada com o fenômeno social a qual as pessoas estão inseridas.

O levantamento de opiniões ocorreu por entrevistas com roteiro semiestruturado. Esta opção se deu pois é um instrumento flexível para coleta dos dados e é um processo capaz de constatar e obter informações dos entrevistados. Para Marconi e Lakatos (2003, p.196) “a entrevista tem como objetivo principal a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema.”

A coleta de dados foi finalizada quando se constatou a saturação teórica. A saturação teórica ocorre quando se obtém dados que passam a ter redundância, trazendo respostas repetitivas ou que não são mais relevantes para o desenvolvimento do trabalho científico. Segundo Nascimento et al. (2018, p. 244):

Considera-se saturada a coleta de dados quando nenhum novo elemento é encontrado e o acréscimo de novas informações deixa de ser necessário, pois não altera a compreensão do fenômeno estudado.

Participaram deste estudo empresários e proprietários de negócios e *coworking* do Distrito Federal. Para o levantamento das informações foram efetuadas quatro entrevistas de roteiro semiestruturado, com três homens e uma mulher, com idade média de trinta e dois anos, todos proprietários dos espaços. As entrevistas foram realizadas através da plataforma Google Meet, visto que, por conta do COVID-19 limitou-se a realização presencialmente. Antes de iniciar a gravação das chamadas de vídeo que tiveram em média a duração de quarenta e cinco minutos, foi enviado ao e-mail dos entrevistados o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), que tem como propósito apresentar a base do projeto de pesquisa e contemplar assuntos como a confiabilidade de informações. A partir das gravações foi possível fazer uma análise mais minuciosa, transcrevendo as falas dos entrevistados para o corpo do trabalho.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Este estudo se realizou em duas etapas, visto que no primeiro momento foram realizadas as entrevistas com proprietários de *coworking* e em paralelo a isso tinha como intuito, analisar as estruturas e serviços oferecidos por estes espaços, distinguir os tipos de *coworking*, e os fatores de associação e dissociação das empresas aos escritórios compartilhados.

4.1 Estrutura e serviços

Para se trabalhar em *coworking* é preciso que o espaço seja composto por uma mínima estrutura e em ligação à isso, se ter serviços essenciais. Através da entrevistas realizadas foi possível notar que os espaços de convivência são saudáveis aos *coworkings* e a clientela.

“Sim. Os espaços de convivências são essenciais. Lá no [*coworking*] tem a recepção, a copa e ligado a copa tem um espaço de descompressão relativamente grande. E, por ser um prédio comercial, tem um área externa o próprio prédio. Pode-se chamar de descompressão também, para as pessoas se encontrarem e fazer o *networking*.” (Entrevistado 1)

“Os ambientes que a gente fala de convivência são mais a copa e área comum do *coworking* no térreo, que é onde costumo fazer os cafezinhos da tarde com a galera, e eles são muito benéficos. No horário de almoço, a galera costuma subir pro rooftop para almoçar, que também vira um espaço de convivência e eles costumam ser bem benéficos. A galera conversa muito e já teve gente que fechou negócios nesses cafezinhos.” (Entrevistado 3)

Entretanto, não são todos os *coworkings* que contam com um espaço de convivência adequado com o objetivo de trazer uma relação de troca entre os membros.

“Sim. Existe um espaço, mas é pequeno, não muito isolado e propício, pois é ligado com as estações de trabalho.” (Entrevistado 2)

“A gente tem uma área de convivência. A gente tem lá onde fica a água, café, geladeira né. E aí a gente tem uma área ali que tem duas cadeiras, não chegam a ser duas poltronas, são duas cadeiras né. E que também são utilizadas como cadeira de espera[...]. E a gente chama essa área de área de convivência.” (Entrevistado 4)

A partir disso, percebe-se que os *coworkings* buscam ter os espaços de convivência englobados a sua estrutura, mas, para que o ambiente seja proveitoso, é preciso se ter uma área com uma dimensão adequada para que seja possível o bate-papo e *networking* entre os usuários.

As estações de trabalho de uso compartilhado e privados fazem parte das estruturas dos *coworkings* e as salas especiais como auditórios e salas de reunião, tende a ser de extrema importância às empresas e empresários que utilizam os *coworkings*, com o objetivo de realizar uma reunião com um cliente, um workshop, treinamentos e até palestras.

“Sim. Temos estações de trabalho compartilhadas e privadas. E também possuímos na unidade da Asa Norte, um auditório para até 60 pessoas e uma sala de treinamento para 25 pessoas. E também as salas de reunião.” (Entrevistado 1)

“Sim. São 20 estações de trabalho, sala de reunião para 5 pessoas e sala privativa com capacidade para 4 pessoas.” (Entrevistado 2)

“Salas de uso compartilhado temos: as salas de reunião. Porque não temos salas privativas para empresas de uso compartilhado. Só se elas resolverem compartilhar, que é o caso de duas empresas de Arquitetura que elas compartilham a mesma sala. E a gente tem bancada sim. Trabalhamos com dois tipos de bancada lá: as bancadas fixas, que é da galera que quer sempre sentar no mesmo lugar; e as bancadas móveis, que aí senta em qualquer lugar mesmo e é o nosso plano mais barato. [...] Sim, a gente tem 3 salas de reunião, uma para 2 a 4 pessoas, uma para 6 pessoas e outra para 10 pessoas, além disso temos o auditório para cursos no subsolo que cabem até 50 pessoas e tem também o nosso rooftop, ele tem capacidade de 120 a 150 pessoas em formato palestra.” (Entrevistado 3)

“Sim. Temos tanto estações de trabalho que são compartilhadas né, como também temos salas de reunião e salas de empresa residente que são espaços privativos. O que que a gente tem, temos uma sala, que a gente chama de sala multiuso, por quê? Porque a mesma sala ela pode ser colocada em diversos layouts, ou seja, a mesma sala a gente consegue operar ela durante o dia por exemplo, como estação de trabalho né [...], mas no período da noite costumo utilizar ela como sala de aula, para treinamentos ou até mesmo como mini auditório para até 15 a 18 pessoas na mesma sala[...].” (Entrevistado 4)

Os serviços e atributos oferecidos ao usuários e empresas que fazem destes espaços seu escritório de trabalho, são significativos para a escolha de se colocar em um *coworking* e como exemplo mais claro, temos a internet e o café coado.

“Locação de sala fixas ou avulsas (mensal, hora, período ou diária), internet de alta velocidade, café coado, endereço fiscal para registro das empresas e para o recebimento de correspondências por exemplo, estações de trabalho, também oferecemos o atendimento telefônico (secretária compartilhada), guarda volumes[...].” (Entrevistado 1)

“Internet, serviço de papelaria como impressão, locação de estações de trabalho com planos fixos e rotativos, diária, aluguel de sala de reunião, serviço de endereço fiscal e comercial, locação de sala privativa, café coado e um bicicletário.” (Entrevistado 2)

“Entrando no [*coworking*], aí a gente dá o benefício de internet ilimitada. Ele vai ter a sala dele para ele poder entrar. Em caso de sala privativa, o acesso

à sala através de aplicativo. O acesso no prédio 24h/7. Então todo dia que ele quiser ir, a hora que ele quiser ir, ele pode entrar no prédio que ele vai ter uma senha de alarme. Lá a gente oferece também os copos, canecas para café caso ele não queira levar. Talvez a gente mude isso, por conta do COVID-19 né [...]. Acesso a café e água ilimitados. E lá dentro também eles podem consumir as coisas que tem lá dentro por um preço mais legal. A cerveja tem um preço um pouco melhor do que num bar. Lá dentro ele tem a parte desse serviço de papelaria, então impressão que ele precisar, uma régua[...].” (Entrevistado 3)

Através dessas falas pode-se reparar que existem estruturas básicas e essenciais como, estações de trabalho, salas privativas e os serviços, que são fundamentais, com o intuito de dar o suporte necessário para a realização das atividades do dia a dia e até de se obter uma maior competitividade no mercado dos *coworkings*.

4.2 Os tipos de *coworking*

O intuito de tipificar os *coworkings* tinha como alcance entender e discriminar os modelos, buscar identificar aspectos e propriedades dos espaços compartilhados do Distrito Federal. Não foi possível identificar nos *coworkings* a tipificação em si de cada um deles, foi realizável identificar os diferenciais que alguns oferecem.

Ao serem questionados sobre serviço de cafeteria, os entrevistados relataram que não há esse tipo de serviço.

“Não vendemos café. É gratuito.” (Entrevistado 1)

“Não chega a ser uma cafeteria mas vendemos as cápsulas de café. Disponibilizamos gratuitamente café em pó e chás para os clientes.” (Entrevistado 2)

“Café e água ilimitado né. A gente não tem o serviço de cafeteria, ainda queremos instituir[...]. Ainda mais aonde a gente está sabe? Aonde a gente está exige um ter local para a galera poder comprar e comer, se não fica muito longe para galera consumir. Porque ali no setor de clubes fica longe pra ir tomar um café da manhã ou comer alguma coisa na hora do almoço sem que seja um pouco caro.” (Entrevistado 3)

“O que que a gente tem ali é o café coado mesmo que fica na garrafa e está incluso como cortesia. Se o cliente quiser ele pode pedir cápsula nespresso, que aí a gente faz a preço de custo. A gente nem está tentando monetizar aquilo ali.” (Entrevistado 4)

Em relação ao consumo de café, existem duas possibilidades aos clientes, que é a do café coado, que é fornecido gratuitamente ou adquirir cápsulas de café a um preço preço de custo, caso desejarem um café mais sofisticado.

Espaço voltado para o pet dos clientes estão cada vez mais comuns nos estabelecimentos, e no universo dos *coworkings* não é diferente. Porém, às vezes, pelos *coworkings* se encontrarem em edifícios comerciais há normas que não permitem essa facilidade.

“O nosso é *Pet Friendly* sim. Então você pode levar seu animalzinho de pequeno/médio porte para lá, só que de total responsabilidade sua. Então tipo assim, levar o animal para passear lá fora, pote de água, ração, essas coisas. E isso faz parte até do nosso código de conduta. Então quando a pessoa fecha a sala ou um plano ela assina esse código, então, no código está falando lá que quando você levar o seu animal você tem total responsabilidade por ele e tal.” (Entrevistado 3)

“Não. Por ser um espaço relativamente pequeno não seria muito viável. Já o usuário de sala privativa tem essa liberdade desde que saiba que a responsabilidade é dele e que não afete os outros clientes.” (Entrevistado 2)

“Isso é um ponto bem interessante [...]. Internamente a gente não teria problema em atender essa demanda mas aí volta o problema de se estar em um prédio comercial e o prédio comercial não permite. Então a gente não tem por causa do prédio.” (Entrevistado 4)

“Não. E não chegamos a pensar nessa inovação também, o local não é propício.” (Entrevistado 1)

Outro fator que precisa ser destacado é que os ambientes são aproveitados arquitetonicamente visando atividades trabalhistas e acabam não abraçando o público animal, ficando inviável atender esse tipo de demanda.

Em um panorama geral, pôde-se identificar que os *coworkings* entrevistados tem como público predominante, o público executivo.

“Do nosso *coworking* é mais executivo.” (Entrevistado 1)

“Pessoas que mexem com bolsas de valores, investimentos e traders.” (Entrevistado 2)

“Essa é difícil, essa é difícil! Tanto que o nosso *coworking* não é nichado, ele não é um *coworking* que tem um nicho específico. Mas, é mais executivo, a galera que trabalha no Yolo é uma galera que tem um poder executivo maior sabe? Porque o Yolo querendo ou não ele é um *coworking* mais caro[...]. Então é uma galera que já tem uma bagagem mesmo[...].” (Entrevistado 3)

“O nosso público é mais executivo mesmo, assim, num panorama geral de clientes que já passaram por lá[...].” (Entrevistado 4)

Muito das vezes os colaboradores das empresas não têm com quem e onde sequer deixar seus filhos e por isso é preciso que esporadicamente seja preciso levá-los ao ambiente de trabalho.

“Não exatamente ainda, só se a pessoa tiver com a sala privativa né, mas é difícil acontecer, não se vê muito não(...). Mas eu sei que tem gente que se

tivesse isso a pessoa iria trabalhar lá, porque ela não tem onde deixar as crianças né, então, vira um diferencial sim.” (Entrevistado 1)

“Não, por ser um espaço relativamente pequeno não seria muito viável. Já o usuário de sala privativa tem essa liberdade desde que não afete os outros clientes.” (Entrevistado 2)

“Cara, não. A gente não tem uma brinquedoteca ou algo tipo e nem gente para ficar monitorando as crianças, a gente tem a nossa piscina de bolinhas lá, mas aquilo não vem a ser um espaço para elas.” (Entrevistado 3)

“Essa é outra limitação que a gente tem(...). Isso não a chega ser um limitador, mas a gente não tem um especificamente como alguns tem(...)” (Entrevistado 4)

Os espaços de *coworking* são voltados a trabalho e por isso, ao perguntar se os *coworkings* possuíam um espaço destinado às crianças foi visto que não apresentam um local para este público. Analisando esses trechos das entrevistas, acredita-se que não vem a ser um limitador para o *coworking*, pois, por se ter um espaço mais dinâmico e com ambientes privados, muito das vezes os pais desfrutam disso para que as crianças não atrapalhe os outros membros do espaço.

Ao final desta análise dos tipos de *coworking*, constatou-se que não foi possível engloba-los aos tipos trazidos no Quadro 1 anteriormente. Entende-se que cada *coworking* tem características e serviços exclusivos com a intenção de alcançar a satisfação da comunidade e atender clientes diversificados. À vista disso, é preciso conhecer fatores que causam o interesse dos negócios se puserem nos espaços compartilhados e compreender as razões dos mesmos saírem.

4.3 Fatores de associação e dissociação

Os primeiros fatores identificados foram a economia ao ingressar no *coworking* e a praticidade. O custo tende a ser frequentemente inferior em relação a obter um espaço pessoal e a praticidade está ligada à velocidade de associar-se, onde só é preciso firmar um contrato de aluguel de estação de trabalho ou de uma sala privativa e já está apto a trabalhar.

“Uma grande economia. Principalmente na redução de custos, a economia é gigantesca, que às vezes mais de 90% do que a pessoa normalmente gastaria em um escritório pessoal. E também, ter mais tempo liberado para pensar somente no próprio negócio. Por não se preocupar com afazeres como manutenção, recrutamento, limpeza, por exemplo[...]” (Entrevistado 1)

“Acredito que a economia pois para adquirir um espaço de escritório pessoal é mais burocrático e tempo, pois para ingressar é rápido. O *networking* é excelente, pois dependendo do seu trabalho é possível também encontrar clientes dentro do próprio espaço compartilhado [...]” (Entrevistado 2)

“Eu acho que essa falta de obrigação mesmo, de você ter tanta coisa para você se preocupar, conta de luz, gás, conta de energia, internet, ter que contratar gente para ficar na recepção, ficar se preocupando com a segurança do próprio escritório e isso tudo a gente cuida[...]. Então, acho que a curto prazo é mais despreocupação com serviços essenciais, com as partes essenciais de um escritório[...]. A economia é também. Ela na verdade pode ser curto, médio e longo prazo, porque no longo prazo que você o tanto que economiza utilizando o *coworking*.” (Entrevistado 3)

“Eu acho que depende muito do produto que ele consome, mas se a gente pegar na base geral, a gente consegue economizar custo. A economia de custo seja talvez o maior benefício que o *coworking* oferece [...]” (Entrevistado 4)

A facilidade em si está ligada a não ter que se preocupar em manter o ambiente limpo, pagar contas de água, luz, internet e telefone, e não ter que realizar processos seletivos para contratação de funcionários. Todas essas obrigações o próprio *coworking* faz pelo cliente.

Quando questionados sobre a produtividade, os coworkers declararam que há sim um impacto. Por ser um espaço dinâmico, os entrevistados 2 e 3 disseram que o impacto negativo está associado a concentração do usuário, pois conversas e telefonemas acontecem durante uma rotina de trabalho e que não é muito aconselhável estudar.

“Sim. Auxilia muito. O *home office* dependendo da pessoa ela não consegue render e já o *coworking* é um ambiente concentrado em trabalho. Então ela vai até o espaço realmente para cumprir suas obrigações e atividades. E tem algumas coisas que influenciam, como também a própria cadeira de trabalho, a mesa, a internet de alta velocidade etc.” (Entrevistado 1)

“Sim, são eles negativos e positivos. O negativo é a concentração, pois alguns ruídos, como conversas e telefonemas tiram o foco dos outros usuários. O positivo, é a motivação de ver outras pessoas focadas nas suas atividades, ter um ambiente voltado para trabalho também é motivador e o contato com outras pessoas, a fim de interagir e relaxar.” (Entrevistado 2)

Depende. Por exemplo, se uma pessoa quiser estudar no *coworking* eu não recomendo muito entendeu [...]. Mas, produtividade em questão de empresa mesmo, eu acho legal [...]. E essa diversidade de gente dentro do *coworking* ajuda bastante também.” (Entrevistado 3)

“Então, eu acredito que existe um aspecto de produtividade que é positivo, que é relacionado por exemplo ao *home office* [...], quando um cara sai do *home office* e vai pra lá, assim, é impressionante o ganho de produtividade que ele tem.” (Entrevistado 4)

Diante das falas sobre o impacto positivo, estão associados à se manter motivados por ser um espaço voltado a trabalho, estar em contato com pessoas que estão focadas em trabalho e na fala do entrevistado 1, acredita-se que até a cadeira, mesa e a internet de alta velocidade acarretam positivamente na produtividade do integrante.

Entendemos o porquê das empresas se associarem aos *coworkings*, entretanto, é preciso também entender o porque das empresa se dissociarem. Para isso, foi questionado qual o principal fator que influencia cometer essa ação.

“Depende. Cada caso é um caso. Pode existir a motivação à mudança, por exemplo eu não tinha carro próprio eu alugava pois era mais benéfico, pois eu pagava pelo o que eu utilizava. Mas a maior parte das saídas, são por empresas que fecharam, descontinuidade do negócio e também as que tem como necessidade um espaço só dela. Por chegar em outro patamar e os empresários também desejam administrar a equipe como acreditam, ao invés do *coworking*.” (Entrevistado 1)

“No momento não. Caso, algum dia minha equipe cresça de maneira abundante talvez seja necessário um espaço maior.” (Entrevistado 2)

“O crescimento da empresa pode ser um motivo sim, com certeza. Porque às vezes tem *coworking* que não vai suportar a carga de tanta gente e pode ser que até o custo do *coworking* fique mais caro do que você ter um espaço próprio sabe, por conta do tamanho da equipe e tal. Então eu vejo esse como o único motivo plausível mesmo para sair do *coworking*, por conta de aumentar a empresa[...].” (Entrevistado 3)

“Eu acho que vale a pena quando a empresa cresce a um ponto que não é mais viável ficar dentro de um *coworking*[...]. Chega um ponto que a empresa seja um nutricionista, seja um consultor[...], chega um ponto em que o benefício dela sair, ter uma sede própria, é maior do que o gasto do *coworking*.” (Entrevistado 4)

Por meio das falas dos entrevistados, chegamos a conclusão que a principal causa das saídas das empresas dos *coworkings*, estão relacionadas ao seu crescimento, seja ele organizacional ou ocupacional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um espaço de *coworking* é um local que possui a estrutura essencial para que autônomos e empresas se juntem a eles e alavanque seus negócios. Estes espaços podem ter fins comerciais e fiscais ou não, e contam com toda estrutura que um escritório tradicional teria, porém compartilhada por todos os membros que usufrui do espaço. Szenkier (2018, p. 8) diz que “além da estrutura, os espaços de

coworking oferecem também outras inúmeras vantagens como suporte, conhecimentos, além, claro, de compartilhamentos.”

A partir da análise das entrevistas percebe-se que existe uma dificuldade em entender qual é a tipologia dos *coworkings* que fizeram parte do projeto de pesquisa, mas foi identificável que abrangem características e serviços exclusivos que os diferenciam um do outro. Foi possível compreender os benefícios e as facilidades que os usuários e as empresas encontram ao se conectar à estes espaços, desde o primeiro contato até o firmamento de contrato, sendo assim, entendermos a aderência das empresas e os fatores que levam à elas dissociarem dos *coworkings*.

Desta forma, os objetivos de pesquisa foram atendidos. Entretanto, acredito que se faz necessário uma mudança de comportamento dos *coworkings* em relação à saídas das empresas, empenhando-se buscar por novas alternativas dentro da própria estrutura para reter essas organizações no seu espaço.

Como limitação de pesquisa acredita-se que a pandemia do COVID-19 sucedendo ao isolamento social, impediu na busca por empresas que usufruem dos espaços compartilhados e dos funcionários das empresas, dificultando uma análise mais aprofundada.

Como agenda futura essa pesquisa pode ser expandida para o Brasil, a fim de proporcionar uma amostra nacional e englobar os maiores *coworkings* que possuem no país, possibilitando compreender sua infraestrutura e as organizações nacionais que utilizam os espaços compartilhados como escritório de trabalho.

REFERÊNCIAS

AUGUSTO, Thaís. **CIAB: coworking** soma 1.194 espaços no brasil e evento simula experiência. São Paulo: Canaltech, 2019.

BARRETO, Gustavo; FERRAZ, Fernando Toledo. Revisão bibliográfica sobre *coworking spaces*. **Relatórios de pesquisa em engenharia de produção**, v. 14, n. B3, p. 24-53, 2014.

CONSONI, Bianca. **A Importância do Feedback**. 2010. 55 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2010.

COWORKING BRASIL. **Lista de coworkings no Distrito Federal**. 2019. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/df/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

BUSSACOS, H. **Codesign Impact Hub Floripa**. São Paulo: *Impact Hub*, 2015. Disponível em: <http://blog.impacthub.com.br/codesign-impact-hub-floripa/>. Acesso em: 31 mar. 2020.

CBOFFICE. **Como surgiu a modalidade de trabalho chamada *coworking***. Santa Catarina: Cboffice, 2018. Disponível em: <http://cboffice.com.br/blog/2018/05/como-surgiu-a-modalidade-de-trabalho-chamada-coworking/>. Acesso em: 27 mar. 2020.

BEER OR COFFEE. **Entenda as principais diferenças entre *coworkings* e escritórios tradicionais**. Belo Horizonte: *Beer Or Coffee*, 2019. Disponível em: <https://blog.beerorcoffee.com/2019/02/12/coworkings-escritorios-tradicionais/>. Acesso em: 23 mar. 2020.

DESK COWORKING. **Os resultados do Censo *Coworking* em 2018**. Belo Horizonte: *Desk Coworking*, 2018.

DEIJL, Claudia. ***Two Heads are Better than One: A Case Study of the Coworking Community in the Netherlands***. 2013. 52 f. Curso de Economy, Erasmus University Rotterdam, Netherlands, 2013.

DULLROY, J. ***Coworking began at Regus... but not the way they think***. Deskmag, 4 abr. 2012. Disponível em: <http://www.deskmag.com/en/coworking-did-begin-at-regus-but-not-the-way-they-think-362>. Acesso em: 23 mar. 2020.

FIRESTONE, W. A. *Meaning in method: the rhetoric of quantitative and qualitative research*. ***Educational Researcher***, v. 16, n. 7, p. 16-21, 1957.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2012.

FORTES, Victória Corrêa; RODRIGUES, Rosiane de Fátima Almeida; SANTOS, Roberto Bellini Costa dos. **Ambiente Propício à Inovação: um Estudo em uma Instituição de Ensino Superior**. 2011. 13 f., SEGeT, Rio de Janeiro, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2017.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. **RAE**, São Paulo, v. 35, p. 21-29, 1995.

KAFEWORK. ***Coworking X escritório tradicional: veja as diferenças***. São Paulo: Kafework, 2017. Disponível em: <http://www.kafework.com.br/coworking-x-escritorio-tradicional-veja-as-diferencas/>. Acesso em: 23 mar. 2020

LEFORESTIER, A. **The *coworking* space concept**. CINE Term Project. Indian Institute of Management (IIMAHD). Ahmedabad, 2009.

LIMA, Patrícia Ennes da Silva. **Redes Interorganizacionais: uma análise das razões de saída das empresas parceiras.** 2007. 105 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Nome. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEDINA, Paloma Fraga; KRAWULSKI, Edite. **Coworking como modalidade e espaço de trabalho: uma análise bibliométrica.** 2016. 9 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

MENDES, Vitor. **Facilidades de um coworking: o que ele pode proporcionar para o meu negócio?** Belo Horizonte: Desk Coworking, 2019. Disponível em: <https://www.deskcoworking.com.br/facilidades-de-um-coworking/>. Acesso em: 24 mar. 2020.

MESQUITA, Luiza Affonso Ferreira. **As práticas que sustentam o trabalho colaborativo em espaços de coworking e o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação: Estudo de caso da Goma.** 2016. 153 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2016.

NASCIMENTO, Luciana de Cassia Nunes et al. **Saturação teórica em pesquisa qualitativa: relato de experiência na entrevista com escolares.** Rio de Janeiro: Reben, 2018.

PEREIRA, Mércia de Lima; OLIVEIRA, Alan Santos de; SOUSA, Bárbara Ewely Pessoa. **Redes de cooperação, coworking e escritórios de contabilidade: uma investigação dos principais motivos da dissolução de parcerias.** 2018. 17 f. XII Congresso ANPCONT, João Pessoa, 2018.

SPINUZZI, Clay. **Working Alone, Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity.** 34 f., 2012. University Of Texas At Austin, Austin, 2012.

SZENKIER, Sharon Paskin. **Coworking: o modelo de trabalho do futuro.** 2018. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

WEGNER, Douglas; ZEN, Aurora Carneiro; ANDINO, Byron Fabrício Acosta. **O ÚLTIMO QUE SAIR APAGA AS LUZES: um estudo de caso sobre os motivos para a desistência da cooperação e encerramento de redes de empresas.** Revista de Negócios, Rio Grande do Sul, v. 16, p. 30-50, fev. 2012.

APÊNDICE A - Roteiro de Entrevista

Estrutura e serviços

1. Os ambientes de convivência e desconpressão são benéficos as empresas, existe esse tipo de espaço?
2. Possui opção de estação de trabalho e salas de uso compartilhado e privado? Possui alguma estrutura em relação à salas especiais, como por exemplo, um auditório para cursos e eventos?
3. A estrutura é adequada para a sua empresa? Se sim, porquê? Há alguma estrutura externa que a empresa precisa utilizar para realizar seu trabalho ou todo o serviço é prestado no *coworking*?
4. Quais são os serviços e atributos oferecidos ao investimento que os usuários fazem?

Os tipos de *coworking*

1. Alguns *coworkings* contam com o serviço de cafeteria, há esse serviço no local?
2. Os *coworkings* vêm inovando e alguns já contam com espaço para o pet do usuário, possui um espaço como este que atenda esse tipo de demanda?
3. Os espaços de trabalho compartilhado contam com espaços de trabalho diferentes entre si, qual espaço é o cargo chefe?
4. A diversidade de integrantes que usufruem destes espaços tende a ser grande, por isso, qual o público predominante?
5. Além das atividades tradicionais, é disponibilizado um espaço destinado à crianças?

Associação e dissociação

1. Do seu ponto de vista, quais os ganhos (benefícios) que o *coworking* oferece a curto prazo? E a longo prazo?

2. Quais são as facilidades em relação a gerenciar sua empresa dentro do *coworking*? E as dificuldades? Os colaboradores gostam do ambiente do *coworking*? Pela experiência de vocês, há impacto na produtividade pelo espaço ser compartilhado?
3. O que mais te motivou ao se tornar membro do espaço de *coworking*? Porque sua empresa se colocou em um *coworking*? Antes do *coworking*, vocês tinham alguma outra estrutura?
4. Vocês pensam em sair do *coworking*?

APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

“Fatores de associação e dissociação aos *coworkings*”

Instituição das pesquisadoras: UniCEUB

Professor responsável: MSc. Igor Guevara Loyola de Souza

Pesquisador Assistente: João Victor

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa citado acima. O documento abaixo contém todas as informações necessárias sobre a pesquisa que estamos fazendo. Sua colaboração neste estudo será de muita importância para nós, mas se desistir a qualquer momento, isso não causará nenhum prejuízo.

Antes de decidir se deseja participar (de livre e espontânea vontade) você deverá ler e compreender todo o conteúdo. Ao final, caso decida participar, você será solicitado a assiná-lo e receberá uma cópia do mesmo.

Antes de assinar faça perguntas sobre tudo o que não tiver entendido bem. A equipe deste estudo responderá às suas perguntas a qualquer momento (antes, durante e após o estudo)

Natureza e objetivos do estudo

- Os objetivos específicos deste estudo é analisar as estruturas e serviços dos *coworkings*, tipificá-los e analisar os motivos das empresas ao se associar e dissociar dos espaços compartilhados.
- Você está sendo convidado a participar por utilizar o *coworking* como escritório de trabalho.
- O presente trabalho de pesquisa faz parte de uma das atividades de avaliação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do 8º semestre do curso de Administração.

Procedimentos do estudo

- Não haverá nenhuma outra forma de envolvimento ou comprometimento neste estudo.
- O tempo de participação total será de, no máximo, 1:00h hora.
- A entrevista será realizada via Google Hangouts Meet e plataformas semelhantes.

Riscos e benefícios

- Este estudo possui baixo ou nenhum risco, característica inerente do procedimento de levantamento de opiniões sobre as formas de trabalho.
- Caso esse procedimento possa gerar algum tipo de constrangimento, você não precisa realizá-lo.
- Sua participação poderá ajudar no maior conhecimento sobre o *coworking*.

Participação, recusa e direito de se retirar do estudo

- Sua participação é voluntária. Você não terá nenhum prejuízo se não quiser participar.
- Você poderá se retirar desta pesquisa a qualquer momento, bastando para isso entrar em contato com o pesquisador responsável.

Confidencialidade

- Seus dados serão manuseados somente pelos pesquisadores e não será permitido o acesso a outras pessoas.
- O material com as suas informações ficará guardado sob a responsabilidade de João Victor Barros Henriques com a garantia de manutenção do sigilo e confidencialidade. Os dados e instrumentos utilizados ficarão arquivados com a pesquisadora responsável até dezembro de 2020, e após esse tempo serão destruídos.
- Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas, entretanto, ele mostrará apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição a qual pertence ou qualquer informação que esteja relacionada com sua privacidade.

- No caso de dúvidas ou se quiserem informações sobre a sua participação no experimento, entre em contato com o pesquisador responsável pelo e-mail jvbh1903@sempreceub.com ou pelo WhatsApp: (61) 99656-0447.

Se houver alguma consideração ou dúvida referente aos aspectos éticos da pesquisa ou caso queira informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, entre em contato com o professor responsável pela pesquisa: MSc. Igor Guevara Loyola de Souza pelo e-mail: igor.souza@ceub.edu.br

Eu, _____, RG _____, após receber uma explicação completa dos objetivos do estudo e dos procedimentos envolvidos concordo voluntariamente em fazer parte deste estudo.

Este Termo de Consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida ao senhor(a).

Brasília, ____ de _____ de _____

Participante

Pesquisador responsável: João Victor Barros Henriques

Professor Responsável: MSc. Igor Guevara Loyola de Souza