

# Análise da percepção das dimensões de qualidade dos espaços coworkings na cidade de Itabira/MG

---

*Maria Fernanda de Oliveira Andrade*<sup>1</sup>

*Priscila Vieira Ribeiro Costa*<sup>2</sup>

*Marcelo Silva Ângelo Ferreira*<sup>3</sup>

*Miriam Barros Assis Duarte*<sup>4</sup>

*Arnaldo de Ávila Quintão*<sup>5</sup>

*Tancredo Augusto Vieira*<sup>6</sup>

*Recebido em: 05.07.2024*

*Aprovado em: 10.07.2024*

**Resumo:** O Coworking é uma oportunidade para quem está iniciando a carreira profissional, gera parcerias e está ligado ao networking, pois cria-se trocas de informações e conhecimento entre usuários. Este artigo busca avaliar a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços Coworking na cidade de Itabira/MG, buscando identificar o perfil do respondente; a satisfação desses usuários baseado nas cinco dimensões da qualidade; e analisar as expectativas comparado a um espaço compartilhado excelente. Trata-se de um estudo quantitativo, descritivo, realizado através de uma pesquisa de campo. O universo compreende 4 (quatro) espaços Coworking na cidade de Itabira/MG, sendo a amostra censitária, onde foram enviados os questionários para os quatro Coworkings participantes da pesquisa, sendo obtido um número de 31 respostas. Os dados foram analisados por estatística descritiva. Verificou-se que 31 pessoas optam por esses ambientes principalmente devido ao atendimento dos funcionários, e pela sensação de segurança proporcionada pelo espaço. Em relação à percepção verificou-se que os espaços vêm atendendo de forma satisfatória as

---

<sup>1</sup>Graduanda em Administração de Empresas pela Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Brasil, mariafernanda.oa@hotmail.com

<sup>2</sup>Graduanda em Administração de Empresas pela Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Brasil, priscilavieira317@gmail.com

<sup>3</sup>Doutor/Mestre em Administração de Empresas, Professor Titular na Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Faculdade de Minas Gerais, FAMIG, Faculdade de Sabará, Brasil, marcelo.ferreira@funcesi.br, marcelos.bh01@gmail.com, marcelo.ferreira@faculdadedesabará.com.br

<sup>4</sup>Mestre em Administração de Empresas. Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Brasil, miriam.duarte@funcesi.br

<sup>5</sup>Mestre em Administração de Empresas. Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Brasil, arnaldo.quintao@funcesi.br

<sup>6</sup>Mestre em Administração de Empresas e Graduado em Engenharia de Produção. Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – UNIFUNCESI, Brasil, tancredo.vieira@funcesi.br

necessidades dos clientes, com segurança, confiabilidade e responsividade. No que tange a percepção comparado a um espaço excelente, percebeu-se que empresa deve buscar formas de adaptar o espaço de uma forma que ele transmita segurança a quem está utilizando o serviço.

**Palavras-chave:** coworking; percepção da qualidade; satisfação.

### *Analysis of the perception of the quality dimensions of coworking spaces in the city of Itabira/MG*

**Abstract:** Coworking presents an opportunity for individuals starting their professional careers, fostering partnerships and networking by facilitating information and knowledge exchange among users. This article aims to assess users' perception of quality in Coworking spaces in Itabira/MG, aiming to identify respondent profiles, satisfaction based on the five dimensions of quality, and expectations compared to an excellent shared space. It is a quantitative, descriptive study conducted through field research. The universe comprises four Coworking spaces in Itabira/MG, with a census sample where questionnaires were sent to the four participating Coworkings, resulting in 31 responses. Data were analyzed through descriptive statistics. It was found that 31 individuals choose these environments primarily due to staff service and the sense of security provided by the space. Regarding perception, it was observed that the spaces satisfactorily meet clients' needs, with emphasis on security, reliability, and responsiveness. In terms of perception compared to an excellent space, it was noted that companies should seek ways to adapt the space to convey security to service users.

**Keywords:** coworking; perception of quality; satisfaction.

## **1 INTRODUÇÃO**

Espaços no formato de *Coworking* são meios econômicos para quem também procura praticidade. É um espaço de trabalho para as mais diversas organizações, pensado para fomentar um ambiente de produtividade, inovação e colaboração. Segundo Gansky (2012) novos modelos de negócios estão em progresso, indicando padrões de mercado que incentivam o compartilhamento e a troca de serviços, fazendo com que as mercadorias se apresentem como oportunidades reais e como comunidades fortes a serem exploradas, fazendo com que os usuários consumam mais, gastem menos e retomem contatos sociais diretos.

Os espaços de *Coworking* surgem como uma forma de oportunidade para quem está começando sua carreira profissional por ser um meio de comunicação rico em

conhecimentos, além de criar um vínculo com outros profissionais que também utilizam o meio. Criam futuras parcerias, ligado ao *networking*, que é uma rede onde as pessoas trocam informações e conhecimento entre si.

Esse artigo tem a finalidade de responder a seguinte pergunta: Qual a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG? Portanto o objetivo geral deste estudo é identificar qual a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG.

Para responder ao objetivo geral deste estudo foram definidos dois objetivos específicos, a saber: (I) Identificar o perfil do respondente referente aos espaços de *Coworking* disponíveis na cidade de Itabira/MG e (II) Avaliar a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* de Itabira/MG baseado nas cinco dimensões da qualidade; e analisar as expectativas comparado a um espaço compartilhado excelente.

O estudo deste tema contribui para o meio acadêmico por trazer conhecimentos mais atuais acerca de novos modelos compartilhados de trabalho. Já para o âmbito organizacional de maneira geral, é possível enxergar o entretenimento entre os utilizadores, pois o ambiente de trabalho influencia diretamente na criatividade da equipe, onde os funcionários absorvem o clima de entusiasmo e liberdade, produzindo mais e pensando em novas ideias e estratégias. Para área profissional, contribui com a redução de custos mensais, além de incentivar a relação social entre empresas. Já para a sociedade, o conceito gera um *networking* devido ao grande contato com outros profissionais, também é um local para melhorar a produção do indivíduo ou da empresa.

Esse trabalho é estruturado por cinco tópicos, sendo eles, a introdução, referencial teórico, metodologia, análise dos dados e considerações finais do trabalho.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Sistemas Colaborativos

De acordo com Prodanov (2013), economia colaborativa, se relaciona na parceria entre pessoas, possibilitando melhor divisão de tarefas/serviços em contestação aos vínculos de trabalho e custos tradicionais bem concentrados. Essa troca pretende oferecer o melhor de cada um, providenciando um melhor atendimento/experiência por um preço mais acessível.

Maurer *et al.* (2015), acrescentam que os vínculos sociais definidos entre as pessoas que participam dos sistemas colaborativos, podem ser favorecidos pelo acompanhamento das ligações de confiança, se tornando laços que vão acrescentar na distribuição de informações, e serão motivados pelo nível de identificação dos que estão incluídos.

Para Leforestier (2009) e Munhoz (2013), os espaços colaborativos trazem uma desvantagem no quesito que a cultura aberta pode causar uma impressão de perda de privacidade, pois conversas podem ser escutadas pelo fato de estarem no mesmo ambiente e causam incômodo no que diz respeito aos projetos, visto que, os profissionais que utilizam o espaço, possuem uma insegurança oculta quando se trata dos bens que não são materiais.

Para Daunoriené (2015), na economia popular, para uso de alguma coisa é indispensável o pagamento financeiro, já na economia colaborativa, é estipulado um preço ocasional para os serviços/bens. Para Owyang, Tran e Silva (2013), a economia colaborativa pode ser estabelecida como um modelo econômico onde a propriedade e o acesso são compartilhados entre corporações, startups e pessoas. Isso resulta em eficiências de mercado que oferecem novos produtos, serviços e crescimento de negócios.

Gansky (2011) escreve que mesmo em circunstâncias diferentes, que levam as empresas e os usuários a colaborarem com a economia colaborativa, existe uma grande formação de novos modelos de negócio, ampliando a economia compartilhada.

Assim, foram descritas informações dos sistemas colaborativos, que são recursos aplicados em redes que colaboram para os espaços compartilhados que está ligado ao objetivo do trabalho, onde busca localizar qual a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworkings*.

## **2.2 Espaços Compartilhados/Coworking**

Para Deguzman e Tang (2010), o termo “*Coworking*” nada mais é do que um espaço de trabalho compartilhado, onde trabalhadores utilizam para: economizar no contexto de montar uma estrutura e dividir ideias e projetos com outros empreendedores das mais diversas áreas. Logo, Deguzman e Tang (2010) escrevem que, os espaços compartilhados são locais de contexto social, econômico e moderno.

De acordo com Sebrae (2022), o conceito de *Coworking* foi originado nos Estados Unidos na década de 1990 e se espalhou gradativamente por todo o mundo. Trata-se de um espaço compartilhado para que empresas e trabalhadores independentes usufruam simultaneamente e dividam custos. No Brasil, os primeiros ambientes de *Coworking* surgiram no final dos anos 2000 e logo ganharam popularidade.

Os espaços de *Coworking* significam ambientes dinâmicos, voltados ao público que buscam locais para trabalhar e/ou estudar de maneira adaptável, onde possam aparecer ideias novas, projetos, ajuda de quem está ao redor e dar início a parcerias, uma vez que é um lugar onde há diversas pessoas de diferentes ramos profissionais (Ferreira 2018).

Para Ferreira (2018), a expressão *Coworking* significa determinar as estruturas de espaços compartilhados para auxiliar a procura de pequenos empreendedores. É também, recurso para quem precisa substituir o home office (sem oportunidade de locar um escritório próprio) à procura de uma imagem profissional mais firme. O autor ressalta que, além de se atentar com os custos, é necessário também gerenciar os trabalhos, pois, o funcionamento da internet, a limpeza local e manutenção do espaço em si, é de total responsabilidade dos proprietários do espaço. O empreendedor que loca o *Coworking*, se concentra e preocupa somente com o trabalho.

Para Sykes (2014), espaços compartilhados tendem a crescer, uma vez que se transformam em uma alternativa mais popular quando comparado ao modelo de trabalho tradicional (escritórios individuais) e há pouco tempo, o *Coworking* se manifestou como um espaço de trabalho diferente, ligado à coletividade e colaboração.

Segundo Lofego (2016) os pacotes oferecidos nas empresas de espaços compartilhados são os diferenciais que influenciam os clientes. Entre os principais serviços oferecidos, estão: Escritório privado (cadeira e mesa com gaveteiro, armário arquivo e escaninho com chave); Espaço privado (cadeira, mesa com gaveteiro e divisória e escaninho com chave); Espaço compartilhado (cadeira e mesa s/ gaveteiro); Escritório virtual (endereço fiscal/comercial); Sala de reunião para oito pessoas com mídia; Secretária/Aviso correspondência; Guarda Volumes; Móveis; *Wifi*; Impressão; Ar condicionado; Serviço de café e água; Material de escritório; Fumódromo; Limpeza; Câmera segurança; Estacionamento; Telefone; Banheiros.

Para Carneiro (2018), o *Coworking*, conhecido como espaço compartilhado ou colaborativo, aparece como uma possibilidade de empreendedorismo para profissionais que esbarram em oportunidades de negócios com distinções competitivas por associar “inovação, *networking* e criação de valor” aos produtos e serviços oferecidos.

Dessa forma, foram contextualizados, para o que servem/oferecem os espaços compartilhados/*Coworking*, uma vez que, o objetivo do artigo é identificar a percepção das pessoas que utilizam esses espaços.

### **2.3 Satisfação do Cliente**

Para Judge (2011), a satisfação poderia ser o motivo para um melhor desempenho, mas não seria a razão para maior satisfação no trabalho. De acordo com Hoffman e Bateson (2003), as concepções de satisfação do cliente são aprovadas, mas, a mais famosa é que ela se confronta com as expectativas do cliente com suas ideias de acordo com a união do serviço real.

Para Anderson e Fornell (1994) a satisfação é uma classificação constante acerca da capacidade de uma empresa ou marca em possibilitar as vantagens que o consumidor esteja buscando em serviços e produtos oferecidos.

De acordo com Marchetti e Prado (2001), a definição de satisfação do cliente possui dois aspectos básicos, a partir dos resultados que definem e consideram a satisfação como objetivo de um experimento de consumo e como um processo. No primeiro aspecto, os autores afirmam que a satisfação se resultaria na diferença entre as expectativas e o desempenho de um produto, identificado após seu uso. No segundo aspecto, os autores descrevem que a satisfação estaria voltada não para o resultado, mas sim para o processo, envolvendo métodos percentuais, avaliativos e psicológicos como elementos motivadores da satisfação.

Para Kotler (2000), a satisfação do cliente resulta na sensação de prazer ou decepção decorrente da comparação do desempenho compreendido de uma mercadoria em relação as expectativas do consumidor.

Assim foram detalhados a importância da satisfação do cliente e como é possível obter um resultado do nível de satisfação para prestadora de serviço. Dessa forma esse tópico se encaixa no artigo pois se busca a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços, e avaliar a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* baseado nas cinco dimensões da qualidade.

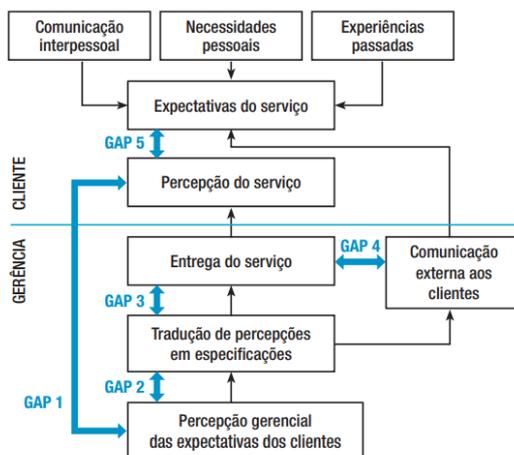
## 2.4 Modelo Servqual

Baseados nos estudos até então realizados, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) apresentaram uma escala denominada *Service Quality GAP Analysis* (Servqual), que diz respeito as expectativas dos clientes em relação a um determinado serviço em relação à percepção de qualidade do serviço recebido. A escala inclui 22 pares de itens que podem ser unidos em cinco dimensões da qualidade – aspectos tangíveis, confiabilidade, presteza, segurança e empatia.

O método, conhecido como modelo dos Cinco *GAPS*, segundo Parasuraman *et al.* (1985) auxilia a explicar as possíveis lacunas ocorridas durante o processo de

criação, prestação e comunicação do serviço e como elas influenciam na sua avaliação da qualidade. O modelo das Cinco GAPS é mostrado na Figura 1.

Figura 1 – Modelo da Qualidade de Serviços



Fonte: adaptado de Parasuraman *et all.* (1985).

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2011), na figura 1 o GAP 1 tem a distinção entre o serviço esperado pelo consumidor e o que a empresa notou como desejo do mesmo. Já para Zeitham, Bitner & Gremler (2014), para diminuir essa lacuna, as empresas de serviços devem, por exemplo, abrir canais de comunicação dos clientes até o topo, assim como maior comunicação com os funcionários da linha de frente e realizar pesquisas mais apuradas.

Ainda para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2011), na figura 1 o GAP 2 se relaciona na diferença entre o que a empresa percebeu como expectativa do cliente e as especificações de qualidade do serviço. Essa lacuna é obtida por fatores como limitação de recursos, indiferença gerencial e constante mudança de mercado.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2011), na figura 1 o GAP 3 representa a divergência entre a caracterização de qualidade do serviço e o real desempenho do mesmo, o que é causado, normalmente, pelo desconhecimento das especificações, falta de habilidade para a realização do determinado serviço etc.

Já para Zeitham, Bitner & Gremler (2014), na figura 1 o GAP 4 diz respeito à disparidade entre a qualidade do serviço prestado e o que a empresa comunica externamente, ou seja, a empresa divulga informações sobre as características e os

benefícios dos seus serviços, mas que não condizem com o serviço real. Esta falha sucede devido à coordenação errônea entre os setores de marketing e operações e da pretensão da empresa em supervalorizar a qualidade do seu serviço, aumentando, assim, as expectativas dos clientes.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2011), na figura 1 o GAP 5, por outro lado, constata a diferença entre o que o consumidor espera e o que efetivamente a empresa lhe oferece. Já para Zeitham; Bitner e Gremler (2014), este é resultado das demais lacunas evidenciadas no sistema de prestação do serviço e seu resultado determina o grau de satisfação ou insatisfação em relação ao que foi ofertado.

Apesar de se tratar de um modelo bastante útil, a teoria dos GAPS não disponibiliza uma ferramenta capaz de medir a qualidade dos serviços. Dessa forma, Parasuraman *et al.* (1988) desenvolveram a ferramenta SERVQUAL, que é utilizada para quantificar o GAP 5, conforme a figura 1.

No quadro 01, estão apresentadas as funções de cada uma das 5 GAPS: o que são, o que causam e como corrigir em caso de falha nas GAPS.

Quadro 01 – Cinco GAPS ou lacunas do Modelo SERVQUAL

GAP 1		
O que é?	O que causa?	Como corrigir?
O GAP 1 é a discrepância que pode existir entre a percepção dos executivos e as reais expectativas dos consumidores.	A falha da gerência na correta identificação da expectativa dos clientes.	Abrir canais de comunicação formais e informais desde os clientes até o topo, passando pelo pessoal de contato com o público; melhores pesquisas de mercado sobre a qualidade dos serviços e aplicá-las com maior frequência e; diminuição dos níveis hierárquicos.
GAP 2		
O que é?	O que causa?	Como corrigir?
O GAP 2 é a discrepância entre a percepção gerencial das expectativas dos clientes e as especificações de qualidade dos serviços, ou seja, é o fornecimento de baixa qualidade, mesmo	Limitação de recursos, falta de ferramentas operacionais para trazer a voz do cliente para a especificação do serviço; indiferença gerencial e mudanças rápidas nas condições de mercado.	Comprometimento gerencial; disponibilizar recursos e usar ferramentas para trazer a voz do cliente para a especificação (por exemplo, QFD - Quality Function Deployment).

com a empresa possuindo procedimentos adequados		
GAP 3		
O que é?	O que causa?	Como corrigir?
O GAP 3 é a discrepância entre a especificação da qualidade do serviço e o serviço efetivamente entregue.	Desconhecimento das especificações, falta de habilidade para a realização do especificado ou falta de comprometimento dos colaboradores.	Tornar conhecidas as especificações, assegurar o perfil necessário do colaborador no recrutamento ou completá-lo com treinamento e avaliar desempenho dos colaboradores por meio de maior e melhor supervisão ou melhoria do trabalho em equipe e do clima organizacional.
GAP 4		
O que é?	O que causa?	Como corrigir?
O GAP 4 é a discrepância entre a qualidade especificada do serviço e o que a empresa comunica externamente.	Falta de comunicação e o cliente não sabe o que esperar ou se divulga mais do que efetivamente se entrega.	Melhorar a comunicação entre os diversos setores da empresa e entre ela e o público-alvo das comunicações ou ater a comunicação ao que efetivamente se entrega.
GAP 5		
O que é?	O que causa?	Como corrigir?
O GAP 5 é a diferença entre o que o cliente espera e o que efetivamente a empresa lhe entrega.	Um GAP ou um conjunto dos GAPS de 1 a 4.	Corrigindo os GAPS que estão com problemas.

(Fonte: Adaptado de Satolo et al. (2002).

Para Urdan (1993), o estudo feito por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985, 1988) foi o mais sistemático e abrangente já concebido com a intenção de identificar as dimensões da qualidade de serviços, ressaltando também que outros modelos e escalas propostos parecem ter sido esquecidos pela literatura acadêmica, e que isso, no mínimo, indica uma superioridade da Servqual.

Por fim, foi descrito o modelo Sevqual, que será o método utilizado no artigo para medir/avaliar a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* baseado nas cinco dimensões da qualidade.

## 2.5 As 5 Dimensões da Qualidade

Para Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), o Servqual é um modelo que tem a finalidade de classificar a qualidade dos serviços oferecidos/prestados pelas empresas, deixando que elas sejam capazes de reconhecer e sanar problemas de maneira eficiente. O modelo fundamenta no conceito de que a qualidade do serviço é entendida pelo consumidor através de cinco dimensões: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia.

Para Zeithaml; Parasuraman (1990), as primeiras discussões sobre a problemática da qualidade em serviço surgiram a partir de comparações entre o que os usuários consideravam que deveria ser oferecido pelo provedor e o que ele realmente ofertava.

O modelo proposto por Parasuruman (1995), conforme apresentado no Quadro 2, foi reestruturado, sendo estruturado inicialmente com sua metodologia se baseando nas proposições das cinco dimensões da qualidade: Confiabilidade, Presteza, Garantia, Empatia e Aspectos Tangíveis. Sobre essas dimensões, Nogueira (2008, p. 163) sublinha que “a confiabilidade é o fator mais importante na mensuração da qualidade em serviços e os “aspectos tangíveis” os menos importantes”.

O modelo atual foi reestruturado, resumindo as variáveis que antes podiam ser vistas em único campo, tornando o sistema mais simples de ser compreendido e aplicado, conforme o quadro 2.

Quadro 2 – Modelo original comparado ao modelo reestruturado das cinco dimensões de Parasuraman, Zeithaml e Berry

MODELO ORIGINAL	MODELO REESTRUTURADO	DESCRIÇÃO
Tangibilidade	Tangibilidade	Aspectos físicos do que é fornecido aos usuários.
Confiabilidade	Confiabilidade	Habilidade de cumprir o que foi prometido com exatidão.
Responsividade	Responsividade	Capacidade para atender os usuários e fornecer o serviço prontamente, capturando a noção de flexibilidade e habilidade para adaptar o serviço às necessidades do usuário.

Competência Cortesia Credibilidade Segurança	Segurança	Competência e cortesia estendida aos usuários e a segurança fornecida através das operações.
Acesso Comunicação Compreendendo o usuário	Empatia	Atenção individualizada aos usuários

Fonte: Adaptado de Marshall G, Murdoch I (2001)

As cinco dimensões da qualidade estabelecem relação e semelhança com o objetivo da pesquisa, que é identificar a qualidade percebida por meio da satisfação do cliente.

### 3 METODOLOGIA

Sobre a abordagem, esta pesquisa utilizou-se da análise quantitativa. Para Bauer e Gaskell (2013), a pesquisa quantitativa pretende dar assistência aos trabalhos científicos e é intermediada em levantamento de dados e questionários através de análise estatística, sendo possível medir numericamente as possibilidades analisadas. Sendo assim, entre os possíveis métodos que podem ser utilizados, o quantitativo foi o mais adequado para quantificar os dados referentes a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG.

Trata-se de uma pesquisa descritiva. Segundo Triviños (1987), esse tipo de estudo tem a intenção de caracterizar os fatos e acontecimentos de determinada realidade. No caso da presente pesquisa, a metodologia, permitirá identificar percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG.

Quanto ao procedimento, neste trabalho utilizou-se a pesquisa de campo que segundo Prodanov e Freitas (2013) é usada com o objetivo de obter informações e/ou conhecimentos a respeito de um problema para o qual buscamos um retorno, ou de uma possibilidade, que planejamos comprovar, ou, ainda, descobrir novos acontecimentos ou as ligações entre eles. Se compõe na observação de fatos e

fenômenos tal como ocorrem naturalmente, na coleta de dados referente a eles e no registro de variáveis que acreditamos relevantes, para sondá-los. Assim, é o método ideal para se fazer uma sondagem sobre a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG.

De acordo com Vergara (1997), o universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo, e a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo escolhido selecionada a partir de um critério de representatividade. O universo dessa pesquisa, compreende 4 (quatro) espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG.

A amostra é classificada como censitária, onde foram enviados os questionários para os quatro *coworkings* participantes da pesquisa, sendo obtido um número de 31 respostas.

Foi utilizado questionário fechado e os dados serão avaliados por meio de afirmativas realizadas com usuários dos espaços *Coworking*, com a finalidade de identificar qual a percepção da qualidade identificada pelos usuários dos espaços *Coworking* na cidade de Itabira/MG. Para Vergara (2011), o questionário são questões dirigidas aos respondentes e apresentada por escrito, digital ou impressa. O questionário foi gerado no *Google Forms* e teve como meio de divulgação as redes sociais (Instagram, Facebook e WhatsApp) das pesquisadoras, ficando disponível no período de 29/11/2023 a 22/12/2023 (24 dias).

O questionário utilizou como base a Escala Likert, que segundo Likert (1932) é um questionário baseado no nível de concordância ou discordância do entrevistado que responde uma série de afirmações. Desta forma, a escala utilizada será de 5 pontos variando de “Discordo Totalmente” (-1) até o “Concordo Totalmente” (1).

A escala utilizada no questionário é a seguinte: Discordo Totalmente (-1); Discordo Parcialmente (-0,5); Nem Concordo e Nem Discordo (0); Concordo Parcialmente (0,5); Concordo Totalmente (1); Ranking Médio (Escala Likert); Ranking Geral (Escala Likert).

O presente trabalho para análise dos dados utilizou da estatística descritiva. Segundo Marconi e Lakatos (2003) a estatística descritiva é um instrumento usado para caracterizar de forma numérica, sucinta e acessível as informações inclusas nos dados coletados. Assim, serão utilizados médias, percentuais e tabelas cruzadas para a análise de resultados.

## 4 ANÁLISE DE DADOS

Este tópico tem como objetivo examinar os dados obtidos através da pesquisa que foi realizada na cidade de Itabira/MG, com intuito de analisar a percepção das dimensões de qualidade dos espaços *Coworkings* disponíveis na cidade de Itabira/MG.

O tópico a seguir se trata da identificação do perfil dos usuários que utilizam os espaços *Coworkings* disponíveis na cidade de Itabira/MG.

### 4.1 Perfil dos respondentes

Tabela 1 – Perfil dos Respondentes

Variável	Respostas: 31	N	%
Gênero	Feminino	16	51,6%
	Masculino	15	48,4%
	Outros	0	0,00%
	Prefiro não dizer	0	0,00%
	Total:	31	100,00%
Variável	Respostas: 31	N	%
Idade	Até 18 anos	0	0,00%
	19 a 25 anos	5	16,1%
	26 a 35 anos	8	25,8%
	36 a 46 anos	11	35,5%
	47 a 59 anos	7	22,6%
	Acima de 60 anos	0	0,00%
	Total:	31	100,00%
Variável	Respostas: 31	N	%
Renda média mensal	Até 1 salário-mínimo	4	12,9%
	De 2 a 3 salários-mínimos	10	32,3%
	De 4 a 6 salários-mínimos	8	25,8%
	Acima de 7 salários-mínimos	9	29%
	Total:	31	100,00%
Variável	Respostas: 31	N	%
Nível de Escolaridade	Sem escolaridade	0	0,00%
	Ensino Fundamental	0	0,00%

	Ensino Médio	3	9,7%
	Ensino Superior	15	48,4%
	Pós-graduação/mestrado/doutorado	13	41,9%
	Total:	31	100,00%
Variável	Respostas: 31	N	%
Quantas vezes no mês você utiliza um espaço compartilhado?	1 vez no mês	8	25,8%
	De 2 a 3 vezes no mês	4	12,9%
	De 4 a 5 vezes no mês	5	16,1%
	6 vezes ou mais	14	45,2%
	Total:	31	100%

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 01 apresenta uma síntese das respostas relativas ao público que utiliza os espaços *Coworkings* na cidade de Itabira/MG.

Pode-se constatar que 51,6% desses usuários são do gênero feminino e 48,4% são do gênero masculino. Assim, verifica-se que existe uma porcentagem maior de mulheres utilizando esses espaços.

De acordo com a pesquisa, 16,1% dos usuários possuem entre 19 a 25 anos; 25,8% dos usuários possuem 26 a 35 anos; 35,5% dos usuários possuem entre 36 a 46 anos e 22,6% dos usuários possuem entre 47 a 59 anos. Verificou-se que a faixa etária dos usuários que mais utilizam os espaços *Coworkings* tem entre 36 a 46 anos de idade. Por ser uma nova metodologia de trabalho, os espaços *Coworkings* tendem a ter usuários mais jovens.

Analisando a pesquisa pode-se verificar que 12,9% dos usuários possuem renda de até 1 salário-mínimo; 32,3% de 2 a 3 salários-mínimos; 25,8% de 4 a 6 salários-mínimos e 29% possuem renda acima de 7 salários-mínimos. Assim, pode-se perceber que a maior porcentagem de usuários que utilizam o espaço possuem uma renda acima de 7 salários mínimos.

Conforme análise da tabela 01, 9,7% dos usuários possuem ensino médio completo; 48,4% ensino superior e 41,9% pós-graduação/mestrado/doutorado. Assim, a maior porcentagem de usuários dos espaços *Coworkings* possuem apenas o ensino médio.

Após a análise do perfil dos respondentes, verificou-se que 25,8% utilizam o espaço 1 vez no mês; 12,9% de 2 a 3 vezes no mês; 16,1% de 4 a 5 vezes no mês e 45,2% 6 vezes ou mais durante o mês. Conclui-se que os espaços *Coworkings* são bastante utilizados durante o mês com a porcentagem mais alta de 45,2%.

Diante destas análises, foi respondido o primeiro objetivo específico deste artigo, de modo que identificou o perfil dos respondentes da pesquisa. A próxima etapa visa identificar a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* de Itabira/MG baseado nas cinco dimensões da qualidade.

## 4.2 Avaliação da satisfação dos usuários e expectativa

Este tópico trata-se da análise dos resultados obtidos através da pesquisa realizada e detalha a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* de Itabira/MG baseado nas cinco dimensões da qualidade.

### 4.2.1 Percepção X Expectativa com relação à tangibilidade

A tabela 2 apresenta as percepções dos usuários com relação a tangibilidade e evidencia a porcentagem dos resultados obtidos através da pesquisa.

Tabela 2 – Bloco I - Percepção com relação à tangibilidade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
1. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, tem instalações físicas (armários, banheiros, recepção) visivelmente agradáveis.	0,00%	0,00%	0,00%	29,00%	71,00%	0,85	
2. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, tem uma cozinha que atende às necessidades.	3,20%	0,00%	6,50%	35,50%	54,80%	0,69	0,71
3. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, tem cadeiras e mesas modernas.	0,00%	3,10%	0,00%	51,60%	45,20%	0,69	
4. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, tem uma impressora disponibilizada que é eficaz no serviço.	6,50%	3,20%	6,50%	29,00%	54,80%	0,61	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 1 (tabela 2), verificou-se que 29% dos usuários concordam parcialmente que o espaço compartilhado possui instalações físicas (armários,

banheiros, recepção) visivelmente agradáveis. Já 71% concordam totalmente que o espaço compartilhado que normalmente utilizam possuem instalações físicas visivelmente agradáveis. Este dado contribui para um ranking médio de 0,85, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 1.

Segundo Lofego (2016), as empresas de espaço compartilhado que oferecem pacotes de serviços possuem diferenciais que influenciam os clientes. Entre os principais serviços oferecidos, o escritório privado oferece (cadeira e mesa com gaveteiro, armário arquivo e escaninho com chave).

Verificou-se que na pergunta 2 (tabela 2), 3,20% dos usuários discordam totalmente que o espaço compartilhado que normalmente utilizam possui uma cozinha que atende às necessidades; 6,50% nem concordam e nem discordam; 35,50% concordam parcialmente e 54,80% concordam totalmente que o espaço compartilhado possui uma cozinha que atende às necessidades. Sendo assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,69, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 2. Assim, verifica-se a importância de investir em uma área de alimentação totalmente equipada para atender as necessidades dos usuários que normalmente não se ausentam do espaço para realizar suas refeições.

Pode-se constatar que na pergunta 3 (tabela 2), que 3,10% dos usuários discordam parcialmente que o espaço que normalmente utilizam possuem cadeiras e mesas modernas. Já 51,60% concordam parcialmente e 45,20% concordam totalmente que o espaço *Coworking* que normalmente utilizam possuem cadeiras e mesas modernas. Este dado contribui para um ranking médio de 0,69, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 3. Desta forma, o mobiliário adequado e moderno passa uma melhor impressão para os clientes recebidos no espaço e até mesmo contribui para o bem-estar dos usuários durante as horas de trabalho que permanecem sentados, evitando uma má postura.

No que se refere a pergunta 4 (tabela 2), verificou-se que 6,50% dos usuários discordam totalmente que o espaço utilizado disponibiliza uma impressora que é eficaz no serviço; 3,20% discordam parcialmente; 6,50% nem concordam e nem discordam, 29,00% concordam parcialmente e 54,80% concordam totalmente que

a impressora disponibilizada é eficaz no serviço. Assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,61, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 4. Conclui-se que o equipamento adequado em um ambiente de trabalho faz uma total diferença durante a utilização dos espaços, deixando os usuários mais satisfeitos com o serviço oferecido.

Verificou-se que na tabela 2, o ranking geral das percepções com relação à tangibilidade é de 0,71. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total, que o espaço compartilhado atende as necessidades no que tange: mobiliário, equipamentos, materiais, etc.

Na tabela 3, serão apresentadas as expectativas dos usuários com relação a tangibilidade e serão evidenciadas as porcentagens dos resultados.

Tabela 3 – Bloco II – Expectativas com relação à tangibilidade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
16. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve ter instalações físicas (armários, banheiros, recepção) visivelmente agradáveis.	0,00%	0,00%	0,00%	6,50%	93,50%	0,97	
17. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve ter uma cozinha que atenda às necessidades.	0,00%	0,00%	6,50%	9,70%	83,90%	0,89	0,90
18. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve ter cadeiras e mesas modernas.	0,00%	3,20%	0,00%	25,80%	71,00%	0,82	
19. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve ter uma impressora disponibilizada que é eficaz no serviço.	0,00%	0,00%	6,50%	6,50%	87,10%	0,90	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Prosseguindo com a análise da Tabela 3, na afirmativa 16 referente as instalações físicas visivelmente agradáveis de um *Coworking* excelente, verificou-se que 6,5% dos respondentes concordam parcialmente com essa afirmativa e 93,5% concordam totalmente que as instalações físicas devem ser visivelmente agradáveis, contribuindo com um ranking medio de 0,97 que é próximo concordância total, em relação a pergunta 16.

Em relação a pergunta 17 (tabela 3), que afirma que a cozinha dos espaços *Coworkings* excelentes, devem atender as necessidades, localiza-se que 6,5% dos respondentes, não concordam nem discordam, já 9,7% concordam parcialmente com a mesma. E 83,9% concordam totalmente que a cozinha do espaço *Coworking* excelente deve atender as necessidades. Dessa forma, este dado contribui para um ranking médio de 0,89, que é próximo concordância total, em relação a pergunta 17.

Percebe-se que, as pessoas que estão à procura de um espaço compartilhado excelente, tem uma tendência a procurar um espaço que atenda fortemente as necessidades. Como comprovação, 93,6% dos respondentes concordaram parcialmente/totalmente.

A pergunta 18 (tabela 3), afirma que as cadeiras e mesas de um espaço *Coworking* excelente, devem ser modernas. De acordo com os respondentes, 3,2% discordam parcialmente com essa afirmativa. Já 25,8%, concordam parcialmente com a mesma. E 71% concordam totalmente que as cadeiras e mesas do espaço *Coworking* excelente devem ser modernas. Dessa forma, este dado contribui para um ranking médio de 0,82 que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 18.

Pode-se perceber que 71% concordam totalmente com a afirmativa em que os usuários buscam espaços que oferecem modernidade. Assim, para Deguzman e Tang (2010), os espaços compartilhados são locais de contexto social, econômico e moderno.

Pode-se constatar que na pergunta 19, que 6,5% dos usuários nem concordam e nem discordam o espaço *Coworking* excelente precisa ter uma impressora que seja eficaz no serviço. 6,50% concordam parcialmente e 87,1% concordam totalmente que as impressoras dos espaços *Coworkings* excelentes precisam ser eficazes no serviço. Dessa forma, este dado contribui para um ranking médio de 0,90, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 19.

Dessa forma, é possível perceber que as pessoas que estão à procura de um espaço compartilhado excelente, buscam materiais de qualidade e que sejam válidos para os serviços que desejam. Como comprovação, 93,6% dos respondentes concordaram parcialmente/totalmente.

Verificou-se que na tabela 3, o ranking geral das expectativas com relação à tangibilidade é de 0,90. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total e mostra que o espaço atende as necessidades dos clientes quando ao espaço físico disponibilizado.

Na tabela 2, verifica-se um ranking geral de percepção de (0,71), e na tabela 3, expectativa de (0,90) fazendo a relação (Percepção – Expectativa), têm-se um GAP de (-0,19) entre a percepção e a tangibilidade. Assim, a empresa não atende as expectativas do cliente comparado a um espaço excelente, necessitando de investir e/ou melhorar instalações físicas e equipamentos para conseguir atender melhor os clientes e assim não os perder.

#### 4.2.2 Percepção X Expectativa em relação à confiabilidade

Na tabela 4, será detalhado as expectativas dos usuários em relação a resolução de um problema e as expectativas em encontrar os materiais que procuram.

Tabela 4 – Bloco III – Percepção com relação à confiabilidade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
5. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, quando os usuários têm um problema, os funcionários mostram interesse em resolvê-lo.	0,00%	0,00%	9,70%	19,40%	71,00%	0,81	0,74
6. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, encontro sempre o material que procuro.	0,00%	0,00%	12,90%	38,70%	48,40%	0,68	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 5 (tabela 4), verificou-se que 9,70% dos usuários nem concordam e nem discordam que os funcionários do espaço compartilhado mostram interesse em resolver seus problemas. 19,40% concordam parcialmente e 71,00% concordam totalmente que os funcionários mostram interesse em resolver os problemas. Sendo assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,81, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 5. Pode-se verificar o quanto é importante os funcionários estarem engajados na resolução de problemas dos usuários, pois, um funcionário motivado e satisfeito com a empresa se conecta melhor com os clientes e se propõe em resolver os problemas com mais agilidade.

No que se refere a pergunta 6 (tabela 4), 12,90% dos usuários nem concordaram e nem discordaram que no espaço utilizado encontram o material que procuram; 38,70% concordaram parcialmente e 48,40% concordaram totalmente que no espaço utilizado encontram o material que procuram. Este dado contribui para um ranking médio de 0,68, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 6. Os espaços *Coworkings* possuem um diferencial quando os usuários procuram os materiais que precisam e os encontram disponíveis, fazendo com que os mesmos tenham uma visão positiva em relação ao serviço fornecido.

Verificou-se que na tabela 4, o ranking geral da percepção com relação à confiabilidade é de 0,74. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total, que o espaço compartilhado oferece funcionários que atendem as necessidades em relação a resolução de problemas e disposição para resolvê-los, e disposição com atendimento/material.

A tabela 5, descreverá a expectativas dos respondentes com relação à confiabilidade e serão evidenciadas as porcentagens dos resultados.

Tabela 5 – Bloco IV – Expectativas com relação à confiabilidade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
20. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, quando os usuários têm um problema, os funcionários devem mostrar interesse em resolvê-lo.	0,00%	0,00%	0,00%	3,20%	96,80%	0,98	0,90
21. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, é preciso encontrar sempre o material que procuro.	0,00%	3,20%	3,20%	19,40%	74,20%	0,82	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 20 (tabela 5), verificou-se que 3,2% concordam parcialmente que quando o espaço *Coworking* excelente apresentar algum problema, os funcionários precisam demonstrar interesse em resolvê-lo. Já 96,8% concordam totalmente com essa afirmativa. Este dado contribui para um ranking médio de 0,98, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 20.

Dessa forma, é possível verificar a importância de os funcionários estarem dispostos a resolver as dúvidas/problemas dos clientes. Um funcionário motivado/satisfeito com seu local de trabalho, tende a se desenvolver melhor na comunicação/execução dos serviços para os clientes. Como comprovação, 100% dos respondentes concordaram parcialmente/totalmente com a afirmativa.

Enquanto na pergunta 21 (tabela 5), foi possível verificar que 3,2% discordam parcialmente com a afirmativa, uma vez que 19,4% concordam parcialmente com a mesma e 74,2% concordam totalmente que o espaço compartilhado excelente precisa fornecer sempre o material que o cliente procura. Dessa maneira, é possível analisar que esse dado colabora para um ranking médio de 0,82, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 21.

Como dito por Ferreira (2018), os espaços *Coworking* devem apresentar uma boa estrutura para os clientes. Com isso, os donos dos espaços precisam estar atentos com os custos, como o serviço está sendo gerenciado, como está o funcionamento das acessibilidades do local (internet, limpeza, manutenções em geral). Uma vez que o responsável deve ter apenas essas preocupações em relação ao produto/espaço que oferecem.

Assim, é possível verificar que, o serviço oferecido deve ser de confiança e qualidade para quem busca um espaço excelente.

Verificou-se que na tabela 5, o ranking geral das expectativas com relação à confiabilidade é de 0,90. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total, sendo assim, o espaço possui interesse em resolver os problemas dos usuários.

Na tabela 4, observa-se ranking geral de percepção de (0,74), comparando com a expectativa, tabela 5, em que o ranking geral é de (0,90), fazendo a relação (Percepção – Expectativa) obtêm-se há um *GAP* de (-0,16) entre a percepção e a confiabilidade. Dessa maneira, a empresa não atende as expectativas do cliente comparado a um espaço excelente e precisa melhorar o atendimento aos clientes e disponibilizar os materiais necessários para atender as necessidades dos mesmos.

### 4.2.3 Percepção X Expectativa em relação a responsividade

A tabela 6, apresenta a percepção dos usuários com relação ao atendimento dos funcionários que trabalham nos espaços compartilhados que normalmente utilizam.

Tabela 6 – Bloco V – Percepção em relação a responsividade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
7. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, o atendimento e respostas às solicitações são rápidas.	0,00%	0,00%	16,10%	35,50%	48,40%	0,66	
8. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, os funcionários possuem conhecimentos necessários para responder às questões.	0,00%	0,00%	12,90%	16,10%	71,00%	0,79	0,75
9. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, os funcionários são receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições.	0,00%	3,20%	6,50%	19,40%	71,00%	0,79	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Verificou-se que na pergunta 7 (tabela 6), que 16,10% dos usuários nem concordam e nem discordam que o atendimento e respostas às solicitações são rápidas. Já 35,50% concordam parcialmente e 48,40% concordam totalmente que o atendimento e respostas às solicitações são rápidas. Assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,66, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 7. Desta forma, verifica-se que o espaço *Coworking* busca atender de forma ágil as solicitações dos usuários, pois 83,90% dos entrevistados concordam parcialmente/totalmente que a empresa atende com prontidão as demandas.

Pode-se constatar que na pergunta 8 (tabela 6), que 12,90% dos usuários nem concordam e nem discordam que os funcionários possuem conhecimentos necessários para responder às questões. Sendo assim, 16,10% concordam parcialmente e 71,00% concordam totalmente que os funcionários possuem conhecimentos necessários para responder às questões. Este dado contribui para um ranking médio de 0,79, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 8. Conclui-se que os funcionários dos espaços compartilhados possuem

propriedade em relação ao seu trabalho e respondem as questões que surgem através dos usuários com excelência.

Em relação a pergunta 9 (tabela 6), verificou-se que 3,20% dos usuários discordam parcialmente que os funcionários são receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições. Já 6,50% nem concordam e nem discordam, 19,40% concordam parcialmente e 71,00% concordam totalmente que os funcionários são receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições. Sendo assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,79, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 9. Desta forma, verificou-se que os *Coworkings* possuem os funcionários adequados para receber os usuários, pois 90,40% dos respondentes concordam parcialmente/ totalmente que os funcionários são receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições.

Verificou-se que na tabela 6, o ranking geral da percepção com relação à responsividade é de 0,75. Os resultados se aproximam da concordância parcial ou total, que o espaço compartilhado atende as necessidades no quesito de responsabilidade, agilidade, disposição e preparo para atender o cliente.

A tabela 7, irá detalhar as expectativas dos entrevistados em relação a responsividade e evidenciará as porcentagens dos resultados.

Tabela 7 – Bloco VI – Expectativas em relação a responsividade

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
22. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, o atendimento e respostas às solicitações devem ser rápidas.	0,00%	3,20%	6,50%	25,80%	64,50%	0,76	
23. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, os funcionários devem possuir conhecimentos necessários para responder às questões.	0,00%	0,00%	0,00%	22,60%	77,40%	0,89	0,87
24. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, os funcionários devem ser receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições.	0,00%	0,00%	3,20%	3,20%	93,50%	0,95	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 22 (tabela 7), verificou-se que 3,2% discordam parcialmente que o atendimento e respostas às solicitações devem ser rápida, enquanto 6,5% nem concordam nem discordam com a afirmativa. Já 25,8% concordam parcialmente e 64,5% concordam totalmente, representando a grande maioria. Este dado contribui para um ranking médio de 0,76, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 22.

É possível verificar que, quem procura um espaço *Coworking* excelente, busca um atendimento de forma ágil, pois 90,30% dos entrevistados concordam parcialmente/totalmente que a empresa precisa atender com prontidão as demandas.

De acordo com a pergunta 23 (tabela 7), obteve-se uma porcentagem de 22,6% de pessoas que concordam parcialmente com a afirmativa, enquanto, 77,4% concordam totalmente que os funcionários de um escritório *Coworking* excelente, devem possuir conhecimentos necessários para responder as questões. Obtendo-se um ranking médio de 0,89, que está próximo à concordância total, em relação a pergunta 23.

Em conformidade com a pergunta 24 (tabela 7), 3,2% dos respondentes nem concordam nem discordam com a afirmativa, já 3,2% concordam parcialmente com a mesma. E 93,5% dos respondentes, concordam totalmente que os funcionários de um *Coworking* excelente, devem ser receptivos, cordiais e empenhados no desenvolvimento de suas atribuições. Fornecendo assim, um ranking médio de 0,95, que está próximo à concordância total, em relação a pergunta 24.

Dessa maneira, conclui-se que de acordo com as respostas, os clientes estão buscando espaços que ofereçam funcionários atentos, capacitados e preparados para atendê-los. Como comprovação, 96,7% dos respondentes concordaram parcialmente/totalmente com a afirmativa.

Verificou-se que na tabela 7, o ranking geral das expectativas com relação à responsividade é de 0,87. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total e mostra que o espaço tem funcionários que se preocupam em atender bem os usuários.

Na tabela 6, verifica-se ranking geral de percepção de (0,75), comparando com a expectativa, tabela 7, em que o ranking geral é de (0,87), fazendo a relação (Percepção - Expectativa), têm-se um *GAP* de (-0,12) entre a percepção e a responsividade. Assim, verifica-se a necessidade de melhorar aspectos referentes a responsividade, para atender a expectativa do cliente no que tange um espaço excelente.

#### 4.2.4 Percepção X Expectativa de segurança

Na tabela 8, será detalhado a percepção dos usuários em relação a segurança que os espaços compartilhados passam no atendimento e também na segurança em permanecer no local de serviço.

Tabela 8 – Bloco VII – Percepção de segurança

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
10. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, me passa segurança com o atendimento.	0,00%	0,00%	12,90%	16,10%	71,00%	0,79	0,76
11. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, o comportamento dos funcionários inspira confiança aos usuários.	0,00%	0,00%	16,10%	6,50%	77,40%	0,81	
12. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, me passa segurança em permanecer no local de serviço durante o período de trabalho.	0,00%	0,00%	12,90%	6,50%	80,60%	0,84	
13. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, me passa segurança em deixar meu veículo no estacionamento do espaço.	0,00%	6,50%	19,40%	19,40%	54,80%	0,61	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Verificou-se que na pergunta 10 (tabela 8), 12,90% dos usuários nem concordam e nem discordam que o espaço utilizado passa segurança com o atendimento. 16,10% concordam parcialmente e 71,00% concordam totalmente que o espaço utilizado passa segurança com o atendimento. Este dado contribui para um ranking médio de 0,79, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 10. Pode-se verificar que os espaços *Coworkings* disponíveis na cidade de Itabira-MG possuem um bom atendimento e com isso conseguem passar uma segurança maior para os usuários que utilizam os espaços e para as pessoas que pretendem começar a utilizar.

Em relação a pergunta 11 (tabela 8), verificou-se que 16,10% dos usuários nem concordam e nem discordam que o comportamento dos funcionários inspira confiança. Já 6,50% concordam parcialmente e 77,40% concordam totalmente que o comportamento dos funcionários inspira confiança. Sendo assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,81, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 11.

Para Maurer *et al.* (2015), os vínculos sociais que surgem entre as pessoas que entram em um sistema colaborativo, podem gerar ligações de confiança e criar laços que favorecem na distribuição de informações.

Pode-se constatar que na pergunta 12 (tabela 8), que 12,90% dos usuários nem concordam e nem discordam que o espaço utilizado passa segurança em permanecer no local de serviço durante o período de trabalho. 6,50% concordam parcialmente e 80,60% concordam totalmente que o espaço utilizado passa segurança em permanecer no local de serviço durante o período de trabalho. Dessa forma, este dado contribui para um ranking médio de 0,84, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 12. Assim, pode-se inferir que os usuários consideram o ambiente seguro, pois 87,10% dos respondentes concordam parcialmente/totalmente que o espaço utilizado passa a segurança necessária para permanecerem no local de serviço sem se preocuparem com algum tipo de perigo.

No que se refere a pergunta 13 (tabela 8), verificou-se que 6,50% dos usuários discordam parcialmente que o espaço utilizado passa segurança em deixar seu veículo no estacionamento. Já 19,40% nem concordam e nem discordam, 19,40% concordam parcialmente e 54,80% concordam totalmente que o espaço utilizado passa segurança em deixar seu veículo no estacionamento. Este dado contribui para um ranking médio de 0,61, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 13. Pode-se constatar que 74,20% dos respondentes concordam parcialmente/totalmente que é seguro deixar os veículos no estacionamento do *Coworking* por ser uma vaga da própria empresa.

Verificou-se que na tabela 8, o ranking geral da percepção com relação à segurança é de 0,76. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total, que o espaço

compartilhado atende no âmbito de segurança; disponibilizam bons prestadores de serviço; local adequado para manter automóvel e é bem monitorado, trazendo tranquilidade.

A tabela 9, detalhará as expectativas dos respondentes sobre segurança e evidenciará as porcentagens dos resultados.

Tabela 9 – Bloco VIII – Expectativas de segurança

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
25. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, preciso me sentir seguro com o atendimento.	0,00%	0,00%	3,20%	3,20%	93,50%	0,95	
26. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, o comportamento dos funcionários deve inspirar confiança aos usuários.	0,00%	0,00%	3,20%	6,50%	90,30%	0,94	
27. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve me passar segurança em permanecer no local de serviço durante o período de trabalho.	0,00%	0,00%	3,20%	3,20%	93,50%	0,95	0,93
28. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve me passar segurança em deixar meu veículo no estacionamento do espaço.	3,20%	0,00%	0,00%	12,90%	83,90%	0,87	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 25 (tabela 9), verificou-se que 3,2% nem concordam nem discordam que no espaço *Coworking* excelente, os respondentes precisam se sentir seguros com o atendimento. Já 3,2% concordam parcialmente com essa afirmativa. E 93,5% concordam totalmente com a mesma. Este dado contribui para um ranking médio de 0,95, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 25.

Para Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), a segurança, é uma das 5 dimensões da qualidade. Está ligado ao fato de que além do conforto passado ao adquirente. Um produto ou serviço jamais pode oferecer riscos para o cliente e deve o atender da melhor maneira. Assim, é possível observar que a maior percentagem obtida, é de concordância, uma vez que os usuários procuram locais que atendam as necessidades com segurança.

Verificou-se que em relação a pergunta 26 (tabela 9), 90,3% concordam totalmente que os funcionários do espaço *Coworking* excelente devem passar confiança no comportamento para os usuários. Enquanto 3,2 nem concordam nem discordam com a pergunta e 6,5 concordam parcialmente. Dessa forma, este resultado contribui para um ranking médio de 0,94, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 26.

Enquanto na pergunta 27 (tabela 9), observa-se uma percentagem de 3,2% de respondentes que nem concordam nem discordam que o espaço *Coworking* excelente deve passar ao usuário, segurança durante o tempo que ele permanecer no local. Uma vez que 3,2% concordam parcialmente com a assertiva. E 93,5% concordam totalmente com a afirmativa. Dessa forma, contribuindo, para um ranking médio de 0,95, que é próximo à que é próximo à concordância total em relação a pergunta 27.

Já na assertiva 28 (tabela 9), encontra-se uma porcentagem de 3,2% de usuários que discordam totalmente. Uma vez que 12,9% concordam parcialmente. E 83,9% concordam totalmente que o espaço *Coworking* excelente deve passar segurança para usuário que deseja guardar o veículo no estacionamento do local. Contribuindo assim, para um ranking médio de 0,87, que é próximo à que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 28.

Dessa maneira, conclui-se que os espaços compartilhados excelentes, devem passar aos usuários, segurança durante todo tempo de permanência no local. Uma vez que segurança está entre as 5 dimensões da qualidade.

Verificou-se que na tabela 9, o ranking geral das expectativas com relação à segurança é de 0,93. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total, que o espaço inspira confiança aos usuários em permanecer no local e até mesmo receberem seus clientes sem nenhuma preocupação.

Na tabela 8, verifica-se ranking geral de percepção de (0,76), comparando com a expectativa, tabela 9, em que o ranking geral é de (0,93), fazendo a relação (Percepção – Expectativa), conclui que há um *GAP* de (-0,17) entre a percepção e a

segurança. Desta forma, a empresa deve buscar formas de adaptar o espaço de uma forma que ele transmita segurança a quem está utilizando o serviço.

Com isso, a empresa não atende as expectativas do cliente no que tange um espaço excelente, necessitando investir em um sistema de segurança que atenda a todos e os deixem confortáveis em estacionar seus carros e permanecer no local de trabalho.

#### 4.2.5 Percepção X Expectativa de empatia

A tabela 10, irá detalhar a percepção dos respondentes ao se tratar dos horários de funcionamento dos espaços compartilhados e sobre a escuta ativa da empresa.

Tabela 10 – Bloco IX – Percepção de empatia

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
14. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, oferece horários de funcionamento flexíveis para o bem-estar dos usuários.	0,00%	3,20%	16,10%	22,60%	58,10%	0,68	0,62
15. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) que normalmente utilizo, tem uma escuta ativa para opiniões de melhoria.	0,00%	0,00%	25,80%	35,50%	38,70%	0,56	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Em relação a pergunta 14 (tabela 10), 3,20% dos usuários discordam parcialmente que o espaço utilizado oferece horários de funcionamento flexíveis para o seu bem-estar. 16,10% nem concordam e nem discordam; 22,60% concordam parcialmente e 58,10% concordam totalmente que o espaço utilizado oferece horários de funcionamento flexíveis para o seu bem-estar. Assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,68, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 14. Assim, os espaços que oferecem horários flexíveis para seus usuários trabalharem, tem isso como um diferencial, pois muitos usuários trabalham fora do horário comercial.

Verificou-se que na pergunta 15 (tabela 10), 25,80% dos usuários nem concordam e nem discordam que o espaço utilizado possui uma escuta ativa para opiniões e melhorias. Já 35,50% concordam parcialmente e 38,70% concordam totalmente que o espaço utilizado possui uma escuta ativa para opiniões e melhorias. Dessa forma,

este dado contribui para um ranking médio de 0,56, que é próximo à concordância parcial, em relação a pergunta 15. Pode-se perceber que o espaço que os usuários utilizam, tem a empatia em escutarem as opiniões de melhorias, pois 74,20% dos respondentes concordaram parcialmente/totalmente.

Verificou-se que na tabela 10, o ranking geral da percepção com relação à empatia é de 0,62. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total de que os gerentes/diretores do espaço possuem uma escuta ativa para melhorias e oferecem um horário flexível para quem precisa trabalhar fora do horário comercial.

A tabela 11, visa descrever as expectativas dos entrevistados relacionado a empatia. e evidenciará as porcentagens dos resultados.

Tabela 11 – Bloco X – Expectativas de Empatia

Afirmativa	DT%	DP%	NN%	CP%	CT%	RM	RG
29. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, deve oferecer horários de funcionamento flexíveis para o bem-estar dos usuários.	0,00%	3,20%	3,20%	19,40%	74,20%	0,82	0,87
30. O espaço <i>Coworking</i> (Espaço Compartilhado) excelente, necessita ter uma escuta ativa para opiniões de melhoria.	0,00%	0,00%	6,50%	3,20%	90,30%	0,92	

DT= Discordo Totalmente / DP = Discordo Parcialmente / NN = Nem Concordo e Nem Discordo CP = Concordo Parcialmente CT = Concordo Totalmente/ RM = Ranking Médio (Escala Likert) RG = Ranking Geral (Escala Likert)

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

De acordo com a pergunta 29 (tabela 11), observa-se um resultado de 3,2% de respondentes que discordam parcialmente com a afirmativa, 3,2% de entrevistados que nem concordam nem discordam com a mesma, 19,4% concordam parcialmente e 74,2% concordam totalmente que o espaço *Coworking* excelente, deve oferecer horário de funcionamento flexível para o bem-estar dos usuários. Assim, este dado contribui para um ranking médio de 0,82, que é próximo à concordância total, em relação a pergunta 29.

Enquanto na pergunta 30 (tabela 11), obtém-se o resultado de 6,5% de respondentes que nem concordam nem discordam com a afirmativa, 3,2% concordam parcialmente que o espaço *Coworking* excelente necessita ter uma

escuta ativa para opiniões de melhoria, já 90,3% concordam totalmente com essa afirmativa. Logo, este dado contribui para um ranking médio de 0,92, que é próximo à concordância total em relação a pergunta 30.

Anderson e Fornell (1994) afirmam que a satisfação é uma classificação contínua em relação a competência de uma empresa, em permitir as vantagens que o consumidor esteja procurando nos serviços oferecidos.

Verificou-se que na tabela 11, o ranking geral das expectativas com relação à empatia é de 0,87. Os resultados estão próximos a concordância parcial ou total e mostra que o espaço excelente oferece todos os serviços necessários para o bem-estar dos usuários.

Na tabela 10, verifica-se ranking geral de percepção de (0,62), comparando com a expectativa, tabela 11, em que o ranking geral é de (0,87), fazendo a relação (Percepção - Expectativa), é possível concluir que há um *GAP* de (-0,25) entre a percepção e a empatia. Assim, conclui-se que, a empresa deve criar novos modelos de horário para atender melhor os clientes.

Com isso, a empresa não atende as expectativas do cliente no que tange um espaço excelente, necessitando flexibilizar os horários em que os clientes possam utilizar o espaço de trabalho e escutar mais as opiniões referente as melhorias.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a percepção das dimensões de qualidade dos espaços *Coworkings* disponíveis na cidade de Itabira/MG, buscando identificar o perfil do respondente referente aos espaços de *Coworking*; e avaliar a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* baseado nas cinco dimensões da qualidade; e analisar as expectativas comparado a um espaço compartilhado excelente.

Desta forma, o primeiro passo da pesquisa foi identificar o perfil dos respondentes, em que maior parte é do gênero feminino, com idade entre 36 a 46 anos, com renda mensal de 2 a 3 salários-mínimos, contendo ensino superior e utilizando um espaço compartilhado 6 vezes ou mais durante o mês.

Em relação a satisfação dos usuários dos espaços de *Coworking* baseado nas cinco dimensões da qualidade, concluiu-se que a razão para o qual 31 pessoas utilizem os espaços compartilhados é pelo atendimento dos funcionários, pelo interesse em que os mesmos demonstrem em resolver os problemas e pela segurança que o espaço oferece.

Em relação à percepção dos usuários que utilizam os espaços compartilhados na cidade de Itabira-MG, verificou-se que as seguintes dimensões têm tendência à concordância total: tangibilidade (0,71); confiabilidade (0,74); responsividade (0,75); segurança (0,76). Já o quesito: empatia (0,62), teve uma concordância parcial. Já em relação à expectativa, verificou-se que todas as cinco dimensões têm tendência à concordância total: tangibilidade (0,90); confiabilidade (0,90); responsividade (0,87); segurança (0,93) e empatia (0,87).

Em comparação ao espaço excelente, verificou-se que nenhuma das dimensões da qualidade, atendeu ou superou as expectativas do cliente comparado a um espaço excelente, obtendo os seguintes *GAPS*: tangibilidade (-0,19); confiabilidade (-0,16); responsividade (-0,12); segurança (-0,17) e empatia (-0,25).

Identificou-se que existem diversos fatores impulsionadores do espaço *Coworking* que podem ser analisados separadamente ou em conjunto para se ter a capacidade do negócio. *Coworking* pode ser um modelo inovador de negócio e benéfico no que se relaciona ao custo-benefício, oferecer ao usuário um maior *networking*, que pode agregar em conhecimentos e em negócios futuros. Pôde-se notar que os usuários presam muito pelos cinco quesitos das dimensões da qualidade, o que foi confirmado por intermédio de questionário.

Como limitações, trata-se de um tema relativamente atual e pouco conhecido na cidade, o que gerou dificuldade em encontrar informações relacionados ao estudo. Nos materiais encontrados identificou-se que o conteúdo é muito parecido e poucas divergências entre os autores.

Como estudos futuros, recomenda-se analisar separadamente cada modelo de escritório *Coworking* e sugere-se fazer uma pesquisa de campo com mais

empreendedores, a fim de comparar as ideias de um maior número de empresários neste ramo, tanto em Itabira, quanto nas cidades próximas.

## REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W; Gaskell George. **Pesquisa quantitativa e qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2013.

CARNEIRO, Rômulo Giovannelli; CAMILO, Elisabete. **Coworking**: redes de relacionamentos, pontos positivos e negativos do modelo organizacional. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE GESTÃO, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO, 2. 2018. **Anais...** 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/7100>. Acesso em: 15 de Setembro/2023.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **Coworking**: uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. 2020. Disponível em: <https://cfa.org.br/coworking-nova-forma-de-pensar-o-ambiente-de-trabalho/>. Acesso em: 22 de Abril/2023.

DAUNORIENĖ, A., *et al.* Evaluating sustainability of sharing economy business models. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v.213, p.836-841, dez 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815058413> Acesso em: 02 de Maio/2023

DEGUZMAN, V.; TANG, A. I. **Working in the unoffice**: a guide to coworking for indie workers, small business, and non profits. San Francisco: Night Owls Press, 2011.

EXAME. Para onde vai o coworking? 2021. Disponível em: <https://exame.com/pme/para-onde-vai-o-coworking/> Acesso em: 22 de Abril/2023.

FERREIRA, Andreza Miranda. **Proposta de implantação de escritórios compartilhados**. 67f. Monografia – Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG, Varginha, 2018. Disponível em: <http://repositorio.unis.edu.br/bitstream/prefix/830/1/Espa%C3%A7o%20Coworking%20Proposta%20de%20implanta%C3%A7%C3%A3o%20de%20escrit%C3%B3rios%20compartilhados%20-%20TCC%20.pdf> Acesso em: 12 Abril 2023.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços**: operações, estratégia e tecnologia da informação. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

GANSKY, L. **Mesh**: por que o futuro dos negócios é compartilhar. São Paulo: Alta Books, 2011.

- HOFFMAN, K.; BATESON, E.G. **Princípios de marketing de serviços**: conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2003.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003. 310p.
- LEFORESTIER, A. **The coworking space concept**. CINE Term Project. Indian Institute of Management (IIMAHM). Ahmedabad, 2009.
- LOFEGO, Bruna. **Serviços de coworking**: principais serviços que esse espaço pode oferecer. Brasil: CWK Coworking, setembro de 2016. Disponível em: <http://cwk.com.br/os-10-principais-servicos-que-um-espaco-de-coworking-pode-te-oferecer/>. Acesso em 08 de abril 2023.
- MARCHETTI, R.; PRADO, P. H. M. Um tour pelas medidas de satisfação do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 56-67, 2001.
- MARSHALL G, Murdoch I. Service quality in consulting marketing engineers. **Int J Constr Mark.**, v.3, n.1, p.41-9, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reeusp/a/3ZVQKF4mVdQGzCqTFbVhFSL/?format=pdf&lang=pt> Acesso em 08 de abril 2023.
- MAURER, A. M., FIGUEIRÓ, P. S., CAMPOS, S. A. P., SILVA, V. S., e BARCELLOS, M. D. Yes, we also can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil. **BASE: Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. São Leopoldo, v.12, n. 1, p. 68-80, 2015.
- OWYANG, Jeremiah; TRAN, Christine; SILVA, Chris. 2013. **The collaborative economy**: products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. USA: Altimeter, 2013. Disponível em: <https://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phppapp02-2.pdf> Acesso em: Maio 2023
- PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V. A. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, Chicago, v.49, n. 4, p.41-50, 1985. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/3NxBKrB3fv57scFdR8cVG6L/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 17 de Fev/2023.
- PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V. A. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, New York, v. 64, n. 1, p.12-40, Spring 1988.
- PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale,

2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5bb1ad1538f3aef538/Ebook%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: Maio/2023.

ROBBINS, S. P.; JUDGE; T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento organizacional**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SATOLO, *et al.* **Uma avaliação da qualidade em serviços em uma livraria e papelaria utilizando o SERVQUAL** – um estudo exploratório. In: XXV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO **Anais...** 2005. Disponível em: <https://revista.feb.unesp.br/gepros/article/viewFile/473/193>. Acesso em: 12 de Maio/2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Coworking é oportunidade para empreender com baixo investimento. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/coworking-e-oportunidade-para-empreender-com-baixo-investimento,fb90c4ec9b805810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: Abril/2023.

TANAKA, Rafaela Miyuki, *et al.* Características da prática do trabalho compartilhado (coworking) no Brasil em um contexto de sociedade individualizada. **Revista Espacios**. v.38, n. 04, p.17, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n04/a17v38n04p18.pdf>. Acesso em: 15 abril. 2023.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

URDAN, A. T. **Qualidade de serviço: proposição de um modelo integrativo**. 1993. Tese de Doutorado em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

ZEITHAML, V. A., BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. AMGH Editora, 2014.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jo. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.