



UNIVERSIDADE
FEDERAL DE JUIZ DE FORA

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS

CURSO DE TURISMO

Laura Sipriano Bastos

Coworking e Turismo de Negócios: estudo de caso da empresa Speed Coworking & Escritórios em Juiz de Fora.

JUIZ DE FORA – MG

2023

Laura Sipriano Bastos

Coworking e Turismo de Negócios: estudo de caso da empresa Speed Coworking & Escritórios em Juiz de Fora.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a **UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof^o Michelson Kairo Ribeiro Nogueira

JUIZ DE FORA – MG

2023

Coworking e Turismo de Negócios: estudo de caso da empresa Speed Coworking & Escritórios em Juiz de Fora.

Laura Sipriano Bastos¹

RESUMO:

O turismo de negócios está cada vez mais ligado ao conceito de *coworking*. O cenário empresarial contemporâneo e as práticas de trabalho flexíveis têm gerado a demanda por espaços de *coworking*, que oferecem ambientes compartilhados e colaborativos para diferentes profissionais e setores. No âmbito do turismo de negócios, os espaços de *coworking* são reconhecidos como um local de trabalho conveniente e inspirador, tornando-se, assim, uma tendência em ascensão. Este estudo de caso trata-se de uma análise feita na empresa *Speed Coworking & Escritórios* (SCC) por meio de uma pesquisa quantitativa, utilizando o banco de dados da empresa. O objetivo foi compreender a relevância do SCC no turismo de negócios em Juiz de Fora. Os resultados mostraram que o SCC desempenha um papel importante no desenvolvimento do turismo na cidade, oferecendo uma alternativa moderna e flexível para profissionais em busca de um ambiente de trabalho diferenciado.

PALAVRAS-CHAVES: *Coworking*, turismo de negócios, desenvolvimento econômico, análise de público-alvo, estratégias de negócios.

ABSTRACT:

Business tourism is increasingly linked to the concept of *coworking*. The contemporary business landscape and flexible working practices have generated demand for *coworking* spaces, which offer shared and collaborative environments for different professionals and sectors. In the realm of business tourism, *coworking* spaces are recognized as a convenient and inspiring workplace, thus becoming a rising trend. This case study is an analysis made in the company *Speed Coworking & Offices* (SCC) through a quantitative research, using the company's database. The objective was to understand the relevance of SCC in business tourism in Juiz de Fora. The results showed that SCC plays an important role in the development of tourism in the city, offering a modern and flexible alternative for professionals looking for a differentiated work environment.

KEYWORDS: *Coworking*, business tourism, economic development, target audience analysis, business strategies.

INTRODUÇÃO

O turismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico global, impulsionando o crescimento de várias indústrias. Em outras palavras, o impacto econômico causado pelo turismo é medido pelo valor gasto dos visitantes na região de destino, que contribui para a economia local por meio de transações comerciais e por sua vez, estimula o crescimento de vários setores. Dentro do segmento de turismo, é possível encontrar diversas variações e tipologias como o turismo de negócios, que está diretamente classificado dentro da categoria 'motivação de viagem' (TADINI et. al., 2010, p. 9 e 21 e 193).

A compreensão do turismo de negócios ou viagens de negócios, está relacionada ao deslocamento de pessoas cujo intuito seja profissional afim de realizar reuniões, participar de congressos e demais tipos de eventos fora da sua localidade. Ao reconhecer que as viagens de negócios são uma parte essencial do turismo, o mercado se adaptou para atender a esse segmento específico e suas demandas, sendo assim essa vertente do turismo, mostra ser bastante promissora já que atrai um fluxo de visitantes a um local específico e com interesses em comum (WAQUIM, 2008 p. 21-22).

Com a evolução progressiva do cenário empresarial e o aumento das práticas de trabalho flexíveis, surgiram novos modelos de espaços de trabalho para atender às demandas dos profissionais modernos. Um desses modelos é o conceito de espaços de *coworking*, que oferecem um ambiente versátil e criativo, permitindo que os usuários trabalhem em comunidade, compartilhem recursos e estabeleçam conexões profissionais. Além disso, a infraestrutura e as comodidades fornecidas nesses espaços, como acesso à internet, salas de reuniões equipadas e serviços de apoio administrativo, contribuem para aumentar a produtividade e a eficiência dos profissionais.

No contexto do turismo de negócios, o *coworking* tem demonstrado um papel cada vez mais relevantes últimos anos, tornando-se uma opção atrativa para profissionais independentes, empreendedores e equipes corporativas que viajam a negócios frequentemente (OREL, 2019 p. 220). Nesse sentido, esses espaços de trabalho compartilhados oferecem uma solução conveniente e adaptada às necessidades desses viajantes que enfrentam desafios ao procurar locais adequados e produtivos para trabalhar durante suas estadias.

Diante dessa interseção é fundamental explorar e compreender a influência desses ambientes compartilhados nas experiências e resultados dos profissionais que viajam a trabalho.

Portanto, para entender melhor essa ligação, este trabalho será tratado como um estudo de caso da empresa *Speed Coworking* e Escritórios. Partindo dessa premissa tem-se o seguinte o problema de pesquisa: qual a contribuição do espaço e dos serviços ofertados pelo *Speed Coworking* & Escritórios para o desenvolvimento do turismo de negócios na cidade de Juiz de Fora?

Como objetivo geral, este estudo busca compreender o perfil de usuários do *Speed Coworking* & Escritórios (SCC), bem como o percentual de turistas a negócios, quais os usos dos espaços por esses turistas e a contribuição desse espaço para o fomento da economia de Juiz de Fora.

Como objetivos específicos pretende-se:

- Identificar o perfil de usuários do SCC como turistas e não turistas;
- Evidenciar o tipo de turista cadastrado e sua origem;
- Levantar os principais usos do SCC pelos turistas de negócios;
- Demonstrar os indicadores de desempenho do SCC em Juiz de Fora.

Esse estudo justifica-se devido à falta de pesquisas aprofundadas dessa correlação entre os temas turismo de negócios e *coworking*, tendo em vista que o termo “*coworking*” trata-se de uma temática recente, portanto, há uma necessidade de compreender a influência desses espaços de trabalho compartilhados no turismo de negócios e como eles podem atender às necessidades dos profissionais que viajam a trabalho. Os resultados obtidos contribuirão para aprimorar a oferta turística e fortalecer a colaboração entre os setores de *coworking* e turismo.

Quanto à metodologia, trata-se de um estudo de caso da empresa *Speed Coworking* & Escritórios, onde adotará uma abordagem quantitativa, utilizando dados secundários do banco de dados da empresa objeto de estudo, e também por meio de observação direta. A pesquisa será de natureza exploratória e descritiva, com o objetivo de apresentar as características dos usuários e seu principal uso por meio de tabelas e gráficos do Excel.

2. TURISMO DE NEGÓCIOS

A globalização tem impulsionado rápidas transformações no mundo dos negócios, resultando em um aumento significativo de reuniões e viagens corporativas. Esse fenômeno deu origem ao que hoje conhecemos como turismo de negócios, um nicho que se estabeleceu na economia global e tem contribuído de forma impactante para o desenvolvimento econômico (CORREIA et al., 2010:65 *apud* CUNHA, 2001).

Do ponto de vista acadêmico, o turismo de negócios, também chamado de viagens corporativas, engloba um conjunto de atividades relacionadas a viagens, estadia, alimentação e lazer, realizadas por turistas com finalidade de deslocamentos profissionais realizados para a execução de tarefas fora do ambiente habitual, como comparecer a convenções, participar de reuniões, firmar contatos e estabelecer acordos comerciais (ANDRADE, 1997). Essa definição destaca os aspectos funcionais do turismo de negócios, focando nas finalidades e tipos de eventos associados a ele.

Para que o turismo de negócios desenvolva, é necessário um conjunto de serviços que, juntos, formam uma oferta turística. De acordo com Beni (2006), um produto turístico pode ser concebido como uma combinação de subprodutos, como transporte, hospedagem, restaurantes, lazer, entre outros. Portanto, um destino só se torna turístico se puder oferecer amplas instalações destinadas a atender às necessidades dos turistas.

No contexto do turismo de negócios, os espaços de *coworking* estão ganhando destaque como complementos à infraestrutura necessária para apoiar essa forma de turismo. Seu modelo inovador indica tendências promissoras para turistas de negócios promovendo a interação entre profissionais e facilitando a troca de informações e ideias. Essa abordagem inovadora e eficiente torna o *coworking* uma opção interessante para turistas que necessitam de um ambiente propício para trabalhar durante suas viagens.

Diversos autores têm investigado diferentes aspectos do turismo de negócios. De acordo com o autor Waquim (2008, p. 32), o turismo de negócios é um segmento significativo do mercado turístico que desempenha um papel importante nos esforços comerciais de muitas empresas. Embora haja debate sobre se as viagens de negócios podem ser consideradas turismo tradicional, esse segmento utiliza instalações turísticas em conjunto com viajantes de lazer. Essa demanda geralmente equilibra as flutuações sazonais, pois não se limita aos períodos de férias.

Por outro lado, Ferreira (2012) define o turismo de negócios em diferentes categorias, como viagens de negócios, eventos e conferências, incentivos e treinamentos. Cada uma dessas categorias possui características e objetivos específicos, mas todas compartilham a intenção de promover a interação entre profissionais e facilitar a troca de informações e ideias.

Essas perspectivas apresentadas fornecem uma base teórica sólida para entender o turismo de negócios e suas diferentes facetas, contribuindo para uma compreensão mais abrangente e abrindo caminho para mais estudos e pesquisas, como os espaços de *coworking*.

3. COWORKING

Sem uma tradução literal para o português, a palavra "*Coworking*" é um termo originado do inglês, refere-se a espaços de trabalho compartilhados projetados para eficiência operacional (STUMPF, 2013, *apud* REIS, 2019, p.19). É uma ferramenta que permite profissionais e empresas trabalharem juntos em um ambiente compartilhado, promovendo a colaboração, a troca de ideias e o acesso a recursos compartilhados (DEIJL, 2011 *apud* REIS, 2019, p.19).

A concepção mais atual de *coworking* surgiu em agosto de 2005, na cidade de São Francisco - EUA. Um engenheiro de software americano chamado Brad Neuberg fundou um espaço com capacidade de cinco a oito mesas destinadas a compartilhar espaços de trabalho realizado duas vezes na semana (REIS, 2019. *apud* BOTSCHAN et. al., 2011; SPINUZZI, 2012).

Embora o ambiente de trabalho possa ser compreendido como um espaço compartilhado, não significa obrigatoriamente que os profissionais ali presentes pertencem à mesma empresa ou profissão. Segundo DeGuzman e Tang (2011), é uma "configuração dinâmica de um grupo diversificado de pessoas que não trabalham necessariamente para a mesma empresa ou no mesmo projeto, trabalhando lado a lado, compartilhando o espaço de trabalho e recursos" (*apud* REIS, 2019, p.19).

O *coworking* é compreendido como um espaço físico e ao mesmo tempo virtual. De acordo com Reis (2019, P. 8), "é visto como um ambiente de aprendizagem, e não apenas de locação, um espaço de networking e geração de conhecimento". O que tange o *coworking* como espaço físico, pode-se dizer que este ambiente oferece uma série de benefícios, isto é, um ambiente estruturado com escritórios, salas de reuniões, espaço para realização de eventos, recepção, espaço de convivência, estacionamento e até mesmo endereço fiscal.

O conceito de *coworking* pode ser desdobrado em duas categorias distintas, mas inter-relacionadas: espaço e serviço. A primeira refere-se ao ambiente físico proporcionado. Este inclui, mas não se limita a áreas de trabalho compartilhadas, salas de reuniões e espaços de convivência. Estes ambientes são projetados para fomentar a colaboração, a criatividade e a produtividade. Por outro lado, o serviço de *coworking* vai além da provisão de um local de trabalho, ele engloba uma variedade de facilidades e recursos adicionais que apoiam as operações diárias dos profissionais e empresas que utilizam o espaço. Estes serviços podem incluir, por exemplo, o acesso a equipamentos de escritório, como impressoras, a disponibilidade de uma recepção para atendimento, estacionamento e a possibilidade de utilizar o endereço do espaço para fins fiscais e comerciais.

Ao considerar o *coworking*, é importante reconhecer a dualidade inerente ao conceito. Ele não se limita apenas ao espaço físico, mas também engloba uma gama de serviços que visam facilitar e otimizar as atividades profissionais de seus usuários.

Os espaços de *coworking* surgem como uma resposta às necessidades dos profissionais que viajam a negócios, oferecendo uma alternativa adequada para o trabalho durante suas estadias. Esses locais fornecem uma infraestrutura flexível e colaborativa, permitindo que os viajantes encontrem um ambiente produtivo e inspirador para suas atividades profissionais. Além do mais, promove a interação entre profissionais de diferentes áreas, facilitando o networking e a troca de conhecimentos, o que é especialmente relevante para os profissionais que buscam estabelecer contatos e expandir sua rede durante suas viagens de negócios (BLAIR, 2011 *apud* REIS, 2019, p.19). Dessa forma, o *coworking* se torna uma opção complementar ao turismo de negócios, proporcionando um ambiente adequado para trabalho e interação profissional.

Em uma era em que os viajantes de negócios requerem ambientes de trabalho flexíveis e propícios, os espaços de *coworking* atenderam a esse chamado, fornecendo uma resposta. O surgimento dessa solução inovadora reflete as necessidades em evolução do mundo profissional, particularmente significando seu complemento ao turismo de negócios.

4. METODOLOGIA

Este trabalho consiste em um estudo de caso da empresa *Speed Coworking & Escritórios* (SCC). Para realizar esse estudo, adotou-se uma abordagem exploratória e descritiva, com o objetivo de compreender as características e os impactos dos serviços de *coworking* oferecidos pelo SCC no desenvolvimento do turismo de negócios em Juiz de Fora. Segundo Gil (2002 p. 41- 42), a pesquisa exploratória busca familiaridade com o problema e construção de hipóteses, utilizando técnicas de levantamento bibliográfico e entrevistas. Já a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de uma população ou fenômeno.

Desse modo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em artigos científicos e teses disponíveis online, utilizando o portal de periódicos da Capes, Google Acadêmico e buscas na Internet. Os principais autores que contribuíram para o referencial teórico incluem: Reis (2019), Dalfovo; Lana; Silveira (2008), Orel (2019), Blair (2011), Deijl (2011), DeGuzman e Tang (2011), e Stumpf (2013), citados por Reis (2019). Além disso, foram consultados estudos relacionados ao turismo de negócios, como Andrade (1997), Beni (2006), Waquim (2008), Tadini e Melquiades (2010), Correia e Pereira (2010), Ferreira (2012), e Moll-de-alba; Pratz; Coromina (2016).

Válido ressaltar que no dia 12/05/2023, realizou-se um levantamento de artigos no Web of Science (WOS) com os seguintes campos de busca: *Tourism; Business Tourism; Coworking; Co-working*. Dessas combinações foi possível encontrar 23 artigos com a palavra *coworking*, 13 artigos como *co-working*, 3485 artigos com a palavra *Business Tourism*, sendo 467 desses artigos com acesso aberto e relacionados a categoria de “hoteleria, lazer, esporte e turismo”. Ao correlacionar os temas “*tourism*” e “*coworking*” no WOS, encontrou-se apenas 2 artigos, entretanto não foi possível identificar um trabalho relacionando *coworking* ao turismo de negócios e vice-versa.

Quanto a abordagem, utilizou-se de pesquisa quantitativa por intermédio dos dados analisados da empresa objeto de estudo. O método quantitativo se configura por meio da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, através de técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando assim uma maior margem de segurança (DALFOVO et. al., 2008 p. 6 *apud* Diehl, 2004).

Quanto aos procedimentos da pesquisa, os dados primários se deram por meio do estudo de caso e também por observação direta pela autora. É importante ressaltar que todas as informações pessoais dos usuários foram tratadas de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados – lei nº 13.709/2018, garantindo a privacidade e anonimato dos participantes.

Para realização deste trabalho, foram coletados dados secundários do banco de dados da empresa, abrangendo o período de 2018 a junho de 2023. Para obtenção de resultados significativos, os dados foram refinados seguindo uma sequência específica: identificação do número de cadastros durante esse período, análise da origem do público cadastrado, diferenciação entre turistas e não turistas, delimitação da origem dos turistas, classificação dos turistas como pessoas físicas ou jurídicas, utilização do espaço pelos turistas e registro do faturamento gerado nesse período. Estes dados foram analisados utilizando de métodos estatísticos através da planilha de Excel.

Importante destacar que público alvo da pesquisa são os turistas, dessa maneira, todos os demais públicos apresentados nessa pesquisa não foram incluídos no resultado final. Sendo assim o resultado do faturamento corresponde apenas a porcentagem relacionada ao turista de negócios. O objetivo principal deste estudo de caso é compreender as rotinas, características gerais da empresa *Speed Coworking & Escritórios*, bem como analisar a contribuição desses serviços para o desenvolvimento do turismo de negócios em Juiz de Fora.

4.1 SPEED COWORKING & ESCRITÓRIOS – HISTÓRIA.

A criação de um projeto, seja ele uma ideia ou empreendimento pode parecer tangível a curto prazo, entretanto, consolidar e perdurar requer planejamento e estratégia, e o *Speed Coworking* mostra através de sua história os desafios enfrentados nos últimos anos. Pensando em estratégia, a localização é um fator importante e possivelmente até determinante para o sucesso acontecer, dado isso, é necessário abordar e sintetizar sobre a cidade de Juiz de Fora, na qual o *Speed Coworking* está localizado, afim de compreender melhor os resultados desse estudo de caso.

Situada na Zona da Mata Mineira, a cidade de Juiz de Fora faz parte do eixo industrial das cidades próximas à BR-040 e BR-116 – estas principais rodovias que ligam os estados brasileiros. Turisticamente falando de Juiz de Fora, o município possui diversas atrações

turísticas como Museu Mariano Procópio, Museu de Arte Moderna Murilo Mendes, Cine-Theatro Central, que por sua vez está localizado em uma rua turística da cidade, a Rua Halfeld. Apesar da cidade contar com inúmeros atrativos turísticos, ela é conhecida pelo seu polo industrial, sendo assim, uma cidade propícia para o desenvolvimento de negócios.

Com a visão de um espaço de trabalho compartilhado, o advogado e empreendedor Arésio Ribeiro, planejou e implementou um modelo de *coworking* em Juiz de Fora em meados de 2017, este denominado como '*Smart Coworking & Escritórios*'. Localizado em um bairro nobre da cidade, este espaço perdurou por aproximadamente dois anos no mercado até a chegada da Covid-19 que impôs o fechamento em março de 2020. Com a retomada gradativa dos ambientes de trabalhos, o empreendedor resolveu apostar novamente no modelo de *coworking* em setembro de 2021, agora como '*Speed Coworking & Escritórios*' (SCC) e em uma localização ainda mais nobre – Av. Barão do Rio Branco, a rua principal da cidade.

A infraestrutura oferecida pelo SSC pode se dizer que é completa, pois vão desde serviços a estrutura do espaço físico, como: internet de alta velocidade; estações de trabalho equipadas; salas privativas; sala de reuniões; sala de treinamento; serviço de impressão; serviço de recepção; área de convivência, loja de conveniência; segurança e etc., tudo para atender às necessidades de profissionais e empresas que buscam um ambiente de trabalho flexível e colaborativo. Além disso, sua localização estratégica próximo ao Parque Halfeld, um ponto turístico de Juiz de Fora, proporcionando facilidade para os usuários.

Com esses serviços, o *Speed Coworking & Escritórios* visa proporcionar um ambiente de trabalho produtivo e inspirador, onde os profissionais podem se concentrar em suas atividades e também ter a oportunidade de interagir e colaborar com outros membros da comunidade de *coworking*. Essas informações sobre os serviços oferecidos pelo SCC são importantes para entender a proposta de valor do espaço de *coworking* e como ele se diferencia de outros espaços de trabalho tradicionais.

Na tabela abaixo é possível identificar os espaços e os serviços oferecidos pelo SCC.

| | Função | Capacidade | Serviços |
|--------------------------------|--|------------|--|
| Sala Privativa Escritório | Esse modelo de espaço oferece toda a privacidade que uma equipe precisa, embora os demais ambientes, como salas de reunião, copa continuam sendo compartilhados. | 8 | Ar condicionado, 5h de reunião, endereço comercial + fiscal, impressões, internet cabeada, café e água |
| Sala de Atendimento | Sala privativa e também muito utilizada para receber pessoas/clientes. | 2 | Ar condicionado, internet, café e água |
| Sala de Reunião Executiva | Sala para a realização de reuniões, com equipamentos multimídia e sistema de áudio. | 6 | Ar condicionado, TV, internet, café e água |
| Sala de Conferências | Sala para a realização de reuniões, com equipamentos multimídia e sistema de áudio. | 12 | Ar condicionado, TV, internet, café e água |
| Sala de Treinamento | Sala com estrutura completa para realização de treinamentos e workshops. | 25 | Ar condicionado, quadro branco, internet e projetor |
| Auditório | Espaço com estrutura completa para realização de eventos corporativos. | 60 | Ar condicionado, projetor, sistema de som e internet |

| | | | |
|--------------------------------------|--|---|--|
| Estação Básica Plus – Full Time | Ambiente com diversas mesas compartilhadas | 1 | Serviço de recepção, 5h de reunião, endereço comercial, internet, café e água |
| Estação Básica – Full Time | Ambiente com diversas mesas compartilhadas | 1 | Serviço de recepção, endereço comercial, internet, café e água |
| Estação Executiva Plus – Full Time | Ideal para quem ainda trabalha home office, mas deseja ter um endereço mais formal | 1 | Serviço de recepção, 5h de reunião, endereço comercial + fiscal, armário, 25 impressões, internet cabeada, café e água |
| Estação Executiva - Full Time | Ideal para quem ainda trabalha home office, mas deseja ter um endereço mais formal | 1 | Serviço de recepção, 5h de reunião, endereço comercial, 25 impressões, internet cabeada, café e água |
| Estação Executiva com Estacionamento | Ideal para quem ainda trabalha home office, mas deseja ter um endereço mais formal | 1 | Serviço de recepção, 5h de reunião, endereço comercial, estacionamento, 25 impressões, internet cabeada, café e água |
| Estação Executiva – Part Time | Ideal para quem ainda trabalha home office, mas deseja ter um endereço mais formal | 1 | Serviço de recepção, endereço comercial, internet, café e água |

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir deste ponto, temos a apresentação dos dados da pesquisa, cujo objetivo é analisar a contribuição do espaço de *coworking* do SCC e o impacto financeiro causado pelo uso e apropriação do ambiente e a relação com o turismo de negócios.

O primeiro gráfico irá demonstrar qual a origem dos usuários do SCC, estes denominados como '*coworkers*'.

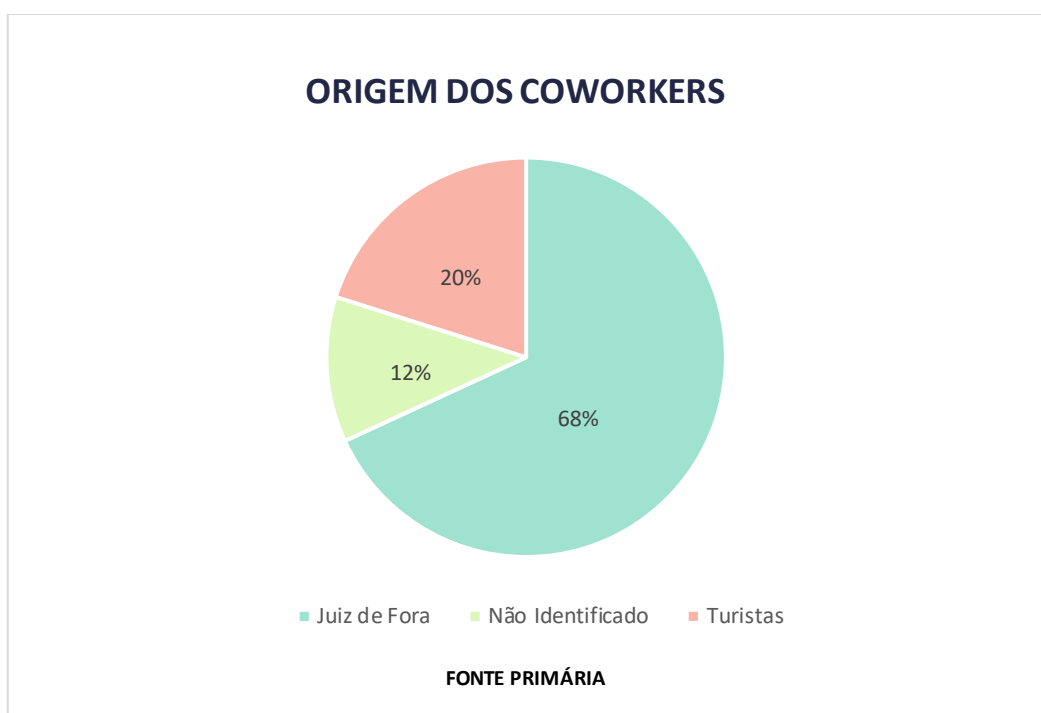


Figura 1

Com base nos dados analisados, o gráfico indica que, de 2018 a junho de 2023, um total de 552 pessoas se cadastraram. Destas, 376 (ou 68%) são da cidade de Juiz de Fora, MG. Além disso, 111 pessoas (ou 20% do total) foram identificadas como turistas, ou seja, pessoas cuja residência não é em Juiz de Fora. Por fim, 65 pessoas (ou 12% do total) não identificaram sua cidade de origem. Esses dados podem ser úteis para entender a distribuição geográfica dos usuários cadastrados e a proporção de usuários locais versus turistas. É relevante destacar que esta análise poderia ser mais aprofundada caso os usuários que não identificaram sua cidade de origem tivessem fornecido essa informação, oferecendo uma visão mais completa do alcance geográfico. Dado isso, a população de turistas cadastrados no SCC é de 20%.

A partir da identificação do turista de negócios, o próximo gráfico será mostrado a tipificação do turista, isto é, se é uma pessoa física ou pessoa jurídica (empresa).

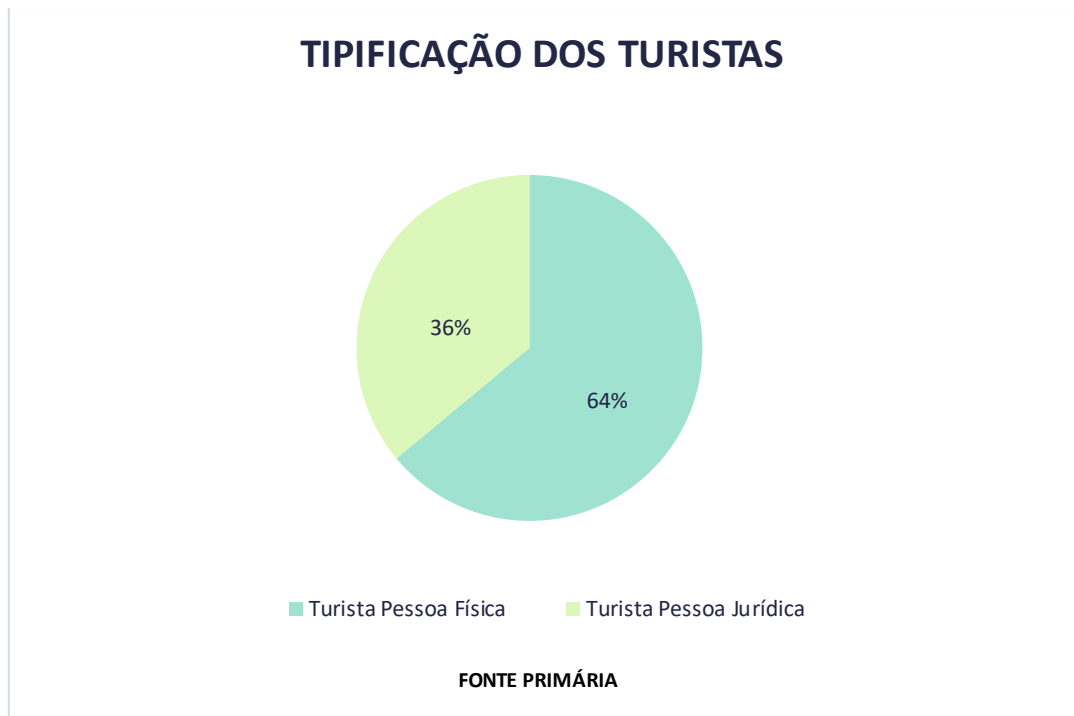


Figura 2

O diagnóstico dos dados revela que, dos 111 usuários identificados como turistas, há uma distinção entre pessoas físicas (PF) e pessoas jurídicas (PJ). A maioria, 71 usuários (64%), são PF, enquanto as PJ representam 36%. A pesquisa foca na identificação do público turístico, independentemente de serem PF ou PJ, sugerindo um interesse em compreender o uso do serviço por visitantes, sem um foco específico em indivíduos ou empresas. Contudo, a análise não foi segmentada por identidade de gênero, uma vez que não é possível identificar o gênero de um usuário PJ.

A predominância de pessoas físicas entre os turistas pode ser atribuída a fatores como localização, isto é, residentes próximos a cidade Juiz de Fora possuem maior facilidade de deslocamento, a flexibilidade do profissional autônomo e até mesmo indivíduos que viajam a lazer tenham maior necessidade de utilizar os serviços oferecidos. Além disso, as pessoas jurídicas (empresas) podem ter outras opções de acomodações, como o caso de hotéis que já oferecem esse espaço, reduzindo a possibilidade usufruir desse ambiente de trabalho.

O gráfico 3, demonstra a origem dos usuários denominados turistas de negócios.

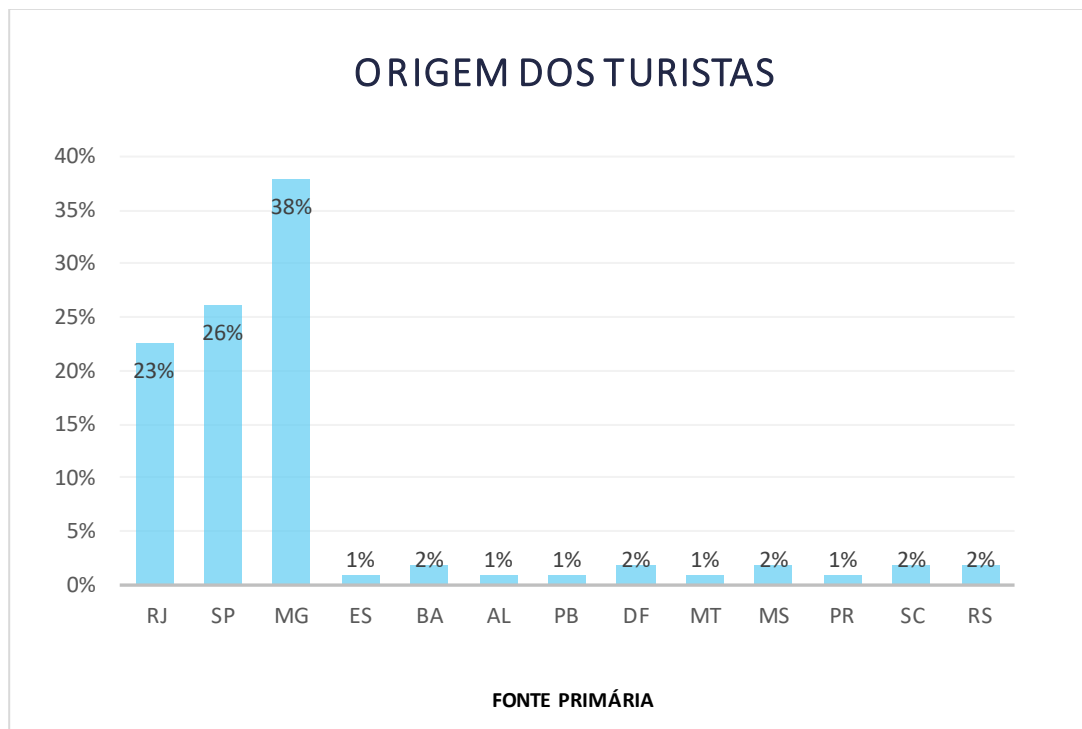


Figura 3

A análise do público turístico, considerado como público-alvo da pesquisa, revela uma predominância de visitantes da região Sudeste do Brasil, este dado é evidenciado pelo número de usuários cadastrados de cada estado dessa região. Minas Gerais lidera a lista com um total de 42 usuários, seguido por São Paulo com 29 usuários e Rio de Janeiro com 25. Este padrão pode ser atribuído as seguintes circunstâncias: proximidade geográfica, facilidade de acesso e familiaridade de cidades próximas a Juiz de Fora, MG.

Além disso, a presença de usuários de outros estados como Espírito Santo, Bahia, Alagoas, Paraíba, Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, indica que o SCC também atrai visitantes de regiões mais distantes. Isso sugere uma abrangência geográfica ampla e uma atração diversificada, o que demonstra ser um indicativo de empresas que investem na cidade.

Demonstraremos a seguir os espaços mais utilizados pelos turistas em geral.

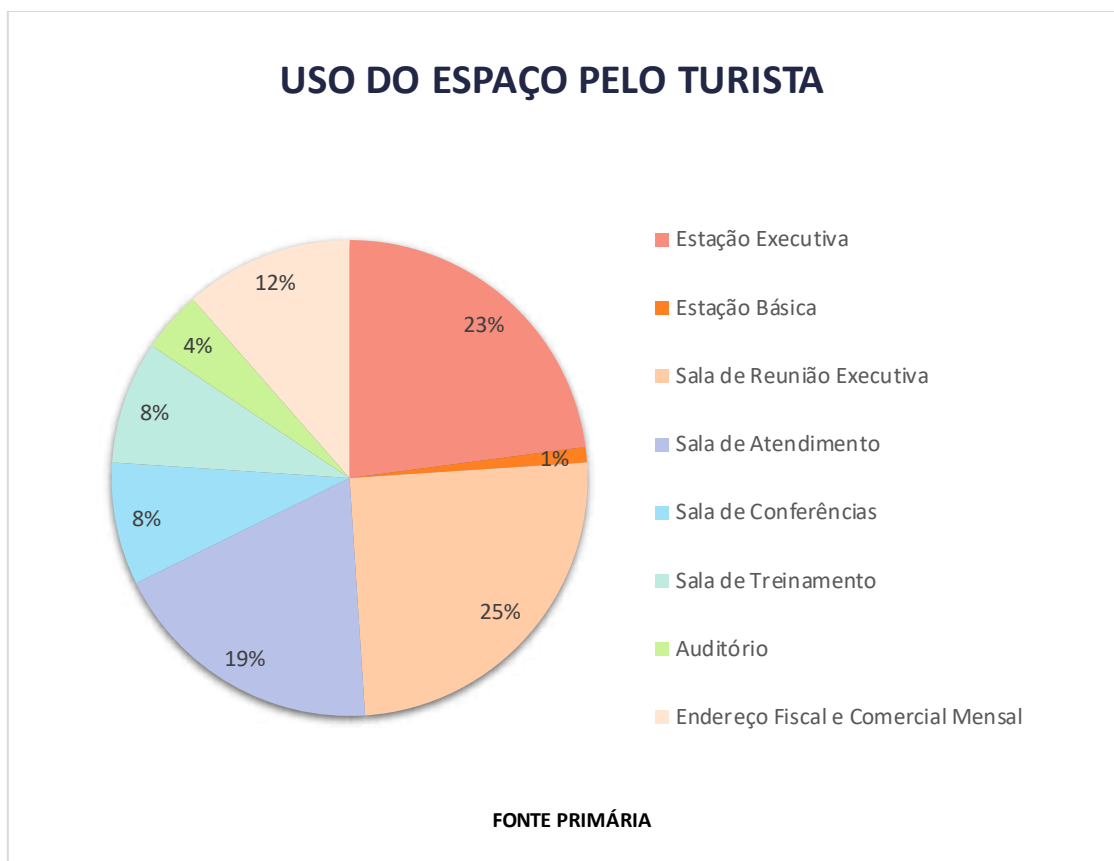


Figura 4

O gráfico de uso do espaço pelo turista, revela informações interessantes sobre suas preferências e comportamentos. O fato de a sala de reunião executiva ser a mais utilizada, com 25% de ocupação, sugere que muitos desses turistas estão na cidade a negócios. Isso pode indicar que eles valorizam um espaço profissional e privado para conduzir reuniões e outras atividades de negócios. A preferência subsequente pela estação executiva e pela sala de atendimento reforça essa ideia, sugerindo que esses turistas precisam de um espaço de trabalho adequado durante sua estadia. Além disso, o fato de que 11,5% desses turistas optam por manter Juiz de Fora como um ponto de endereço fiscal e comercial é um indicativo forte de que eles retornam à cidade com frequência. Isso sugere que Juiz de Fora é um hub de negócios importante para esses indivíduos e que eles veem valor em manter uma presença constante na cidade.

Neste próximo gráfico será demonstrado apenas o uso do espaço pelo turista pessoa física (TPF).

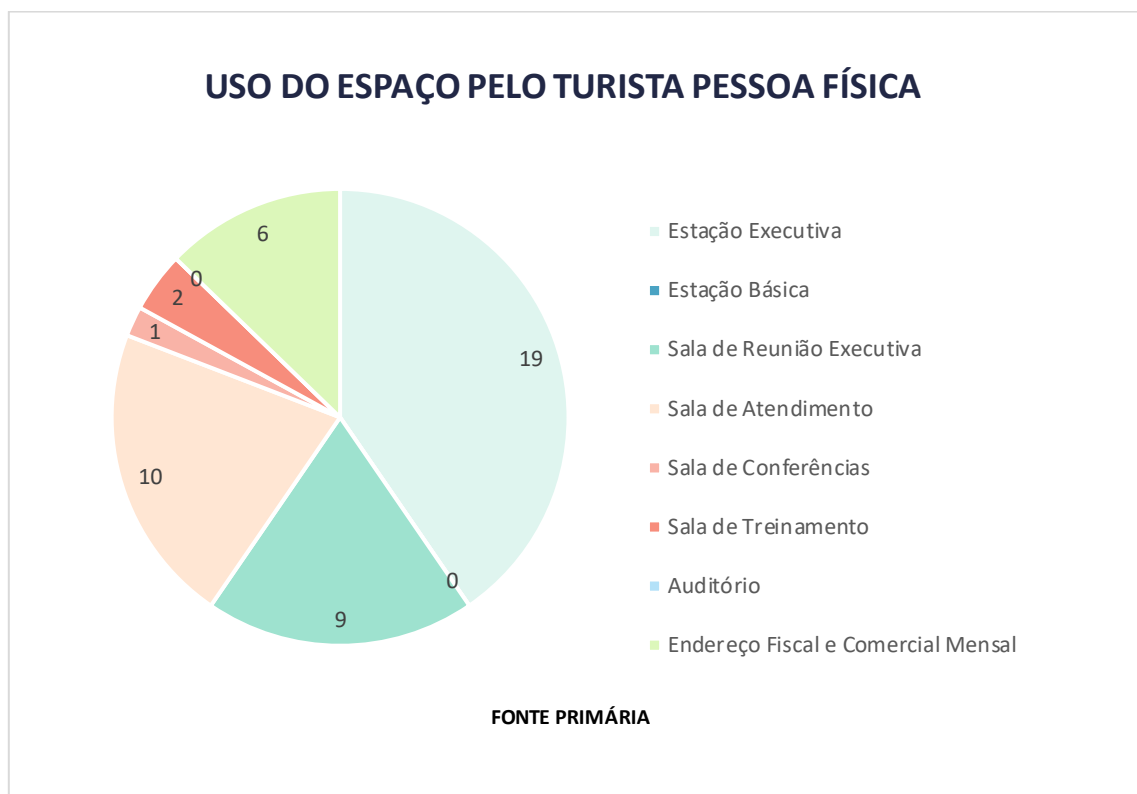


Figura 5

A análise comportamental dos TPF no contexto de *coworking* revela uma diversidade de preferências. A estação executiva, com 40,4% de uso, emerge como o ambiente mais favorecido, sugerindo a valorização de um espaço profissional dedicado durante a estadia. A sala de atendimento, preferida por 21,3% dos TPFs, indica a necessidade de um ambiente privado para interações comerciais. A sala de reunião executiva, escolhida por 19,1% dos TPFs, reitera a tendência de negócios como motivação para a visita. O uso do endereço fiscal e comercial por 12,8% dos TPFs sugere uma presença constante na cidade. As salas de treinamento e conferências, com 4,3% e 2,1% de uso respectivamente, parecem menos relevantes para os TPFs, possivelmente devido à falta de demanda, já que são salas destinadas a grupo de pessoas.

O gráfico a seguir mostra o resultado do uso do espaço pelo turista pessoa jurídica (TPJ).

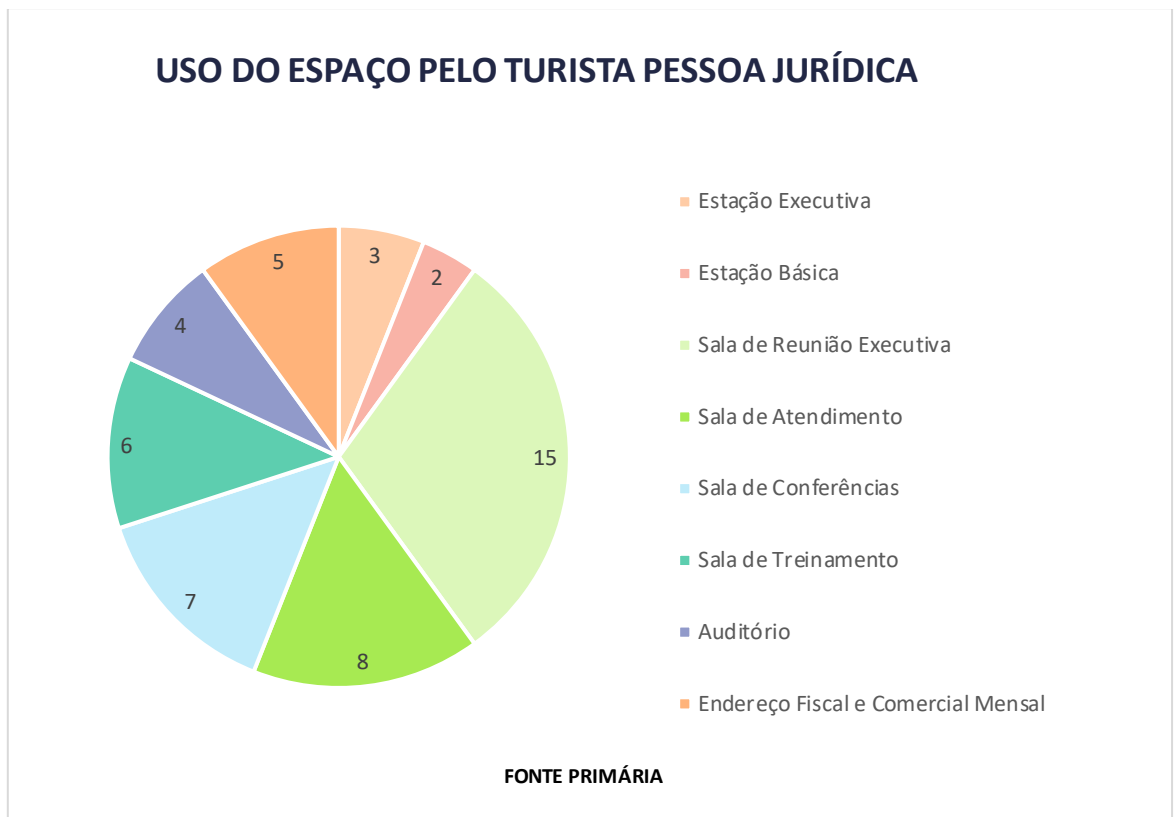


Figura 6

No contexto de utilização de espaços por usuários registrados como pessoas jurídicas, observa-se uma preferência marcante por sala de reunião executiva (30,6%), sala de atendimento (16,3%) e sala de conferências (14,3%). Salas de treinamento e endereços fiscais e comerciais também são relevantes, com 12,2% e 10,2% de uso, respectivamente. Menos utilizados, auditório, estação executiva e estação básica representam 8,2%, 6,1% e 2% do uso. Esses dados refletem a busca por privacidade, profissionalismo e colaboração, características inerentes às salas de reuniões. Além disso, apontam para a necessidade de espaços de trabalho flexíveis, diversificados e economicamente viáveis, sugerindo futuras pesquisas sobre a utilização de espaços em economias compartilhadas.

Com relação ao faturamento, será demonstrado no gráfico abaixo a receita gerada pelo turista de negócios:

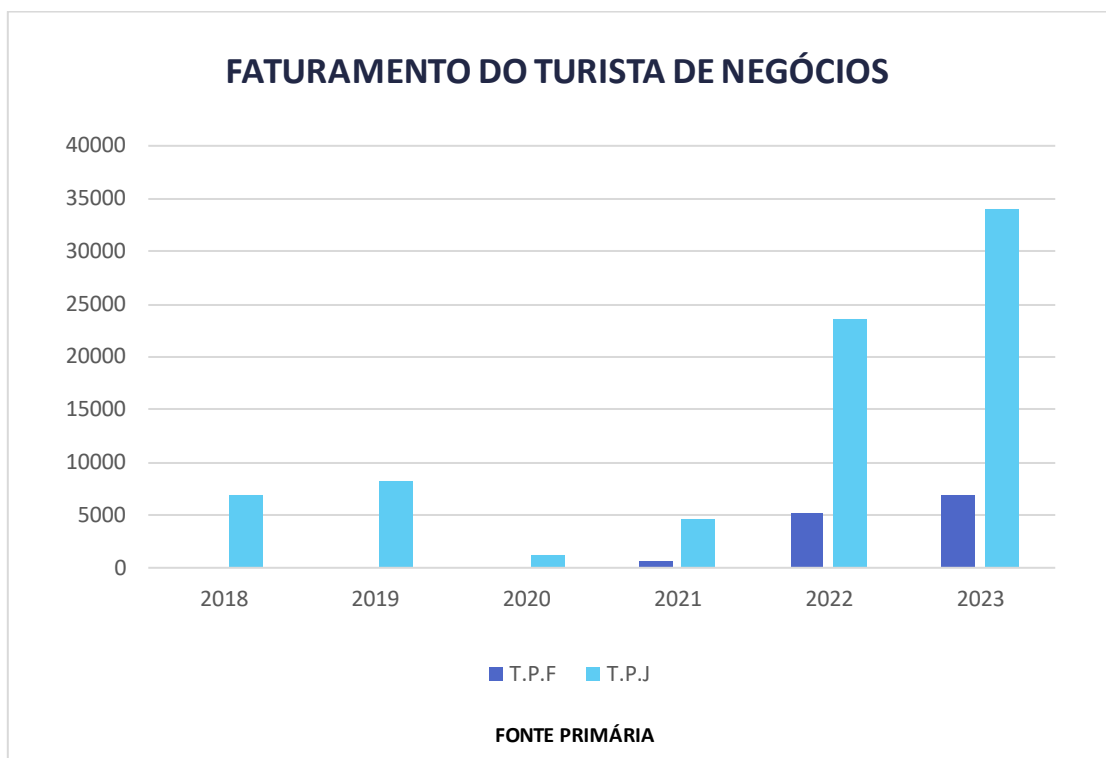


Figura 7

Levando em consideração o período pandêmico (03/2020 – 09/2021), observou-se o crescimento gradual do turista pessoa física no SSC, acarretando em um total de R\$12.802,33. A média mensal de lucro em 2021, foi de R\$212,00 tendo em vista que este período durou apenas 3 meses. No ano seguinte, 2022, o rendimento anual chegou a R\$5.271,97, o que corresponde a 729% a taxa de crescimento, e de janeiro a junho de 2023, acumulou R\$6.894,36 cerca de 31% comparado ao ano anterior. Por outro lado, o faturamento do turista pessoa jurídica, iniciou-se em 2018, enquanto *Smart Coworking* e prorrogou até junho de 2023, totalizando o valor de R\$78.592,01.

Os dados analisados demonstraram que no primeiro ano a receita foi de R\$6.968,08, com uma média mensal de R\$580,67. Em 2019, o rendimento foi de R\$8.174,55, o que corresponde a uma progressão de 17% no crescimento. Entretanto, em 2020 com a pandemia, o faturamento anual caiu para R\$1.260,00.

Com a reestruturação feita no *coworking* em 2021 como *Speed Coworking & Escritórios*, a empresa experienciou um avanço de 267% comparado ao ano anterior,

finalizando em R\$4.620,32. A receita anual do ano de 2022 marcou o total de R\$23.593,26, isto é 411%, média de R\$1.966,10 mensais. Nos primeiros seis meses de 2023, a empresa já registrou o avanço de 44% em relação ao ano anterior, totalizando R\$33.975,60.

A variação no faturamento pode ser atribuída a fatores como a pandemia e a reestruturação da empresa. Entretanto, pode-se observar que por menor que seja o número de empresas registradas elas sustentam o empreendimento, e são necessárias para a geração de receita e fluxo de turistas na cidade de Juiz de Fora, uma vez que investem em modelos de trabalhos compartilhados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *coworking* é conhecido por sua flexibilidade, colaboração e sinergia, criando um ambiente ideal para o crescimento dos negócios, enquanto o turismo de negócios, por outro lado, traz um fluxo constante de profissionais que contribuem para a economia local, principalmente se somados a outros serviços complementares ao turismo, como a hotelaria, os restaurantes, os atrativos, bem como os espaços de *coworking*.

De acordo com a análise feita do *Speed Coworking & Escritórios*, a combinação entre o *coworking* e turismo de negócios demonstrou ser positiva, já que o SCC oferece uma infraestrutura completa de serviços e localização estratégica, tudo para facilitar a produtividade e melhorar a experiência do cliente. Sendo assim, uma excelente opção para empresas e profissionais que buscam os benefícios do espaço de trabalho compartilhado.

Ao analisar a distribuição geográfica dos turistas usuários do SCC, nota-se que a maioria desses usuários são da Região Sudeste do Brasil, isso sugere que o mercado regional pode ser eficaz, considerando a proximidade e a familiaridade cultural. Entretanto, é necessário realizar pesquisas mais aprofundadas para entender as motivações desses usuários, bem como compreender sua relação com a cidade de Juiz de Fora.

Embora o *Speed Coworking* ofereça benefícios, há espaço para melhorias. Para atrair o público turístico e aumentar a receita, é essencial estabelecer parcerias com empresas locais, como restaurantes, hotéis que não oferecem serviços de *coworking*, startups e prestadores de serviços. Essas parcerias podem gerar oportunidades de promoção conjunta e aumentar a receita não apenas para os envolvidos, mas também para a cidade. Além disso, estratégias eficazes de

marketing e promoção, incluindo o uso de canais digitais, parcerias locais e envolvimento com a comunidade, podem impulsionar a visibilidade do SCC.

Dado isso, conclui-se que o *Speed Coworking* contribui direta e indiretamente para a economia local uma vez que recebe turistas em seu espaço, independente se este turista consome ou não outros serviços ofertados pela cidade. Uma vez que o turista utiliza o *coworking* como um espaço de trabalho temporário, o mesmo está gerando receita para o empreendimento, que por sua vez gera empregos ao contratar funcionários, contribuindo assim com a receita da cidade. Portanto, destaca-se o papel vital que o *Speed Coworking* tem para o turismo de negócios da cidade de Juiz de Fora, demonstrados através da pesquisa realizada que estes espaços podem sim contribuir para o desenvolvimento local.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALIAGA, M.; GUNDERSON, B. **Interactive Statistics**. Thousand Oaks: Sage, 2002.

ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ed. Ática, 1997.

AZEVEDO, M. S. **Turismo de Negócios**. São Paulo, 2006.

BENI, Mario. **Análise estrutural do turismo**. 11º ed. São Paulo: Editora Senac, 2006.

CORREIA, M. R.; PEREIRA, R. **Turismo de negócios: viabilidade e potencial**. Algarves: Revista da ESGHT/UAIg, 2010.

DALFOVO, M. S.; LANA, R. A.; SILVEIRA, A. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico**. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, [S. l.], v. 2, n. 3, p. 1–13, 2008.

FERREIRA, M. L. **Turismo de Negócios: Uma Proposta de Balanço Estratégico**. São Paulo: Correio do Turismo, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JUIZ DE FORA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Juiz_de_For&oldid=66263549>. Acesso em: 16 jul. 2023.

MOLL-DE-ALBA, J., PRATS, L. & COROMINA, L. **A necessidade de adaptação aos padrões de gastos com viagens. Um estudo comparando turistas de negócios e lazer em Barcelona.** *Eurasian Bus Rev* **6**, 253–267 (2016).

OREL, Marko. **Ambientes de coworking e nomadismo digital: equilibrando trabalho e lazer enquanto em movimento.** *World Leisure Journal*, 2019.

REIS, A. P. **Modelos de negócios em *coworkings*: uma análise a partir da dinâmica de criação, configuração e apropriação de valor.** Dissertação (Mestrado Administração de Empresas) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019.

TADINI, R. F.; MELQUIADES, T. **Fundamentos do Turismo. v. 1** - Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

WAQUIM, Felipe. **Turismo de negócios: o estado da arte.** Niterói, 2008.