

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA, URBANISMO E DESIGN – FAUED
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Um convite à criatividade. O Branding como foco principal para aplicação do Design de Interiores em um espaço Coworking.

THAIS ARAUJO COSTA
Orientador: Juscelino H. C. Machado Jr.

UBERLÂNDIA – MG
MAIO 2024/2

		Sumário	03
		1. Introdução:	04
		1.1 Justificativas	04
		1.2 Objetivo geral	05
		1.3 Objetivos específicos	05
		2. Metodologia	06
		3. Contextualização	10
		4. Design Gráfico Ambiental	13
		5. Análise de similares:	15
		5.1 RD Station Marketing – Espaço de descompressão	15
		5.2 Mindspace Londres – Espaço Coworking	18
		5.3 Luxor Live – Escritório dentro	20
9. Lista de figuras	49	6. A Komposê:	24
		6.1 Cultura empresarial	24
		6.2 Comunicação Visual	25
		6.3 Público-alvo	28
		6.4 Análise SWOT	28
		7. Brainstorming	29
		8. Projeto:	31
		8.1 Concept design	32
		8.2 Moodboard Conceitual	33
		8.3 Programa de necessidades	34
		8.4 Local escolhido (levantamento)	35
		8.5 Proposta projetual	37
10. Referencias	52		
11. Agradecimentos finais	53		



● Introdução:

Motivação pessoal: Durante a pandemia muitas empresas adaptaram suas atuações para o modo remoto, **isso distanciou as pessoas, dificultou a comunicação e esfriou as relações**, além de intensificar algumas doenças deste século, como a depressão e a ansiedade. Minha maior motivação é poder contribuir com a sociedade por meio de minhas competências, nesse caso, **criando um ambiente que fortaleça relacionamentos** empresariais saudáveis, tanto na perspectiva interna de uma marca (sua equipe), como na externa (seu consumidor).

Justificativa:

Importância prática: **Fortalecer a empresa** no mercado, entendendo a necessidade do público empreendedor com **novas formas de trabalho**, no intuito de trazer soluções inovadoras de design e marketing, para uma empresa que busca estar **mais presente** no mundo físico e **quebrar as barreiras** de uma empresa virtual.

Importância teórica: Contribui para a criação de propostas que abrangem diversas áreas do design, **evidenciando a multidisciplinaridade do design ambiental, ou design total**. Proporcionando ambientes com maior bem-estar, e abordagens que reforçam o posicionamento e os valores de uma marca, **demonstrando como o design pode atuar de forma estratégica**.

1.2 Objetivo Geral

Criar um espaço coworking para uma empresa que atualmente atua apenas de forma remota, projetando um local adequado de trabalho para seus funcionários e criando um espaço de **conexão com seus clientes**. Sendo fundamental o fortalecimento da marca e sua história através do design de interiores e design ambiental, influenciando assim o consumidor a **vivenciar a marca** e motivar a compra dos serviços que a empresa oferece.

1.3 Objetivos Específicos

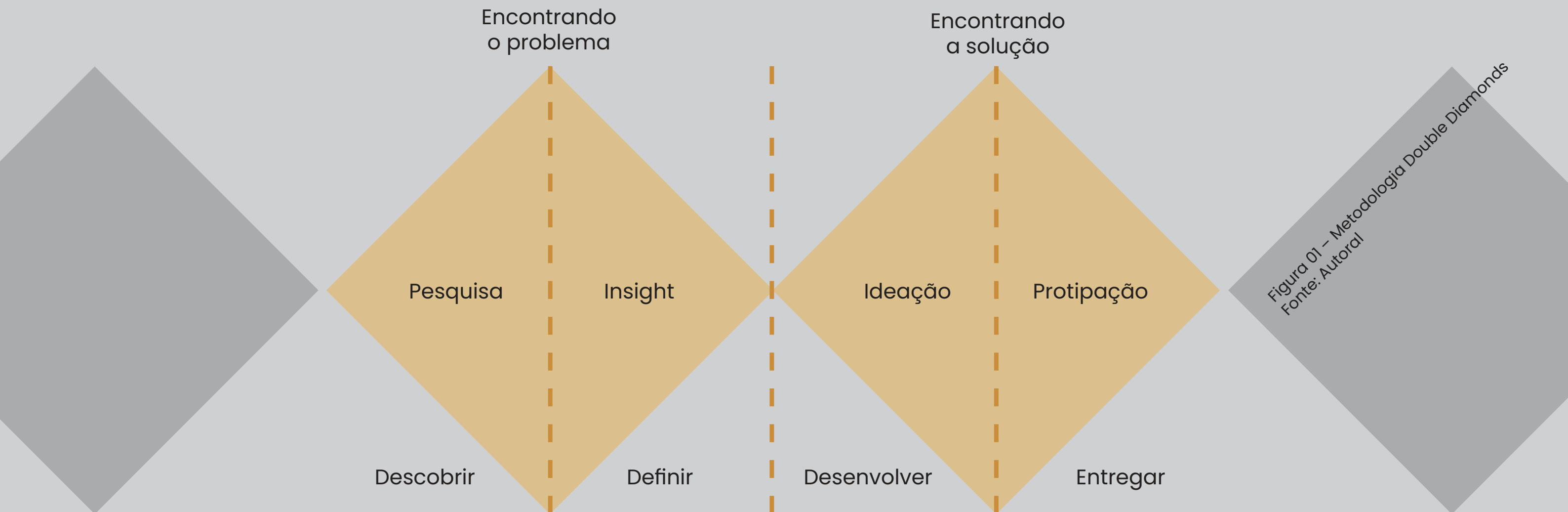
- Entender a marca em todas suas dimensões;
- Analisar similares de interiores de escritórios de marketing e coworking;
- Conhecer o público-alvo da marca escolhida;
- Analisar identidade da marca escolhida;
- Pesquisar tendencias e inovações no seguimento;
- Aplicar soluções projetuais para a loja baseando-se em tendências e novidades do mercado para design de lojas.



Metodologia: Double Diamonds

O Double Diamond é um método de design desenvolvido pelo *Design Council* do Reino Unido em 2005. Esse método foi nomeado assim pelo **caminho visual que seguimos** ao utilizá-lo. Primeiro expandindo as ideias, depois afunilando as possibilidades de projeto para se chegar em um resultado mais eficaz. É um duplo diamante porque repetimos esse processo duas vezes, sendo então quatro etapas.

Na primeira, a fase de descobrimento ou pesquisa, **é feita uma imersão para entender o problema**, utilizando entrevistas, observações e análises para compreender qual será o foco. Em seguida, é a etapa de definição, na qual **organizamos, analisamos os dados coletados** e a partir disso, identificamos o real problema a ser solucionado, escolhendo agora para onde seguir. A partir daí, iniciamos o segundo diamante, começamos a **expandir** novamente, mas agora o foco é na **geração de ideias!** Explorar a melhor maneira de solucionar o problema, para ajudar a expandir a mente, pode se utilizar de **métodos criativos** como o brainstorm, moodboards ou prototipagem. Depois disso, voltamos para outra etapa de afunilamento, a quarta fase, que é a validação, ou entrega. Nesse momento escolhemos a melhor ideia e começamos a **aprimorá-la**, fazemos testes, ajustes e detalhamentos até chegar à solução final que será implementada. Esse método foi escolhido por garantir uma visão ampla sobre a problemática e ser eficaz na fase de solução dos problemas levantados.



1º

Pesquisa:

Na primeira etapa do método Double Diamonds foi feita uma imersão à marca Komposê, de forma a entender seu branding por completo, entender seu público-alvo, sua cultura como empresa, os serviços que oferecem, tangíveis e intangíveis. “Qual o porquê da empresa, o seu motivo de existir? O que a empresa quer solucionar no mundo e o que tem impedido ela de cumprir esse papel?” Todas essas indagações foram importantes para entender qual problema nós enquanto designers iríamos solucionar na empresa.

2º

Definição:

A partir de tudo que foi coletado na etapa anterior, foi feita uma análise SWOT para melhor organização e identificação do problema central apontado. A partir dele, foi decidido criar uma extensão da empresa para o mundo físico, estendendo a marca Komposê agora também para um ambiente coworking, com a intenção de trazer suporte para os colaboradores da empresa, trazer mais visibilidade para a empresa na cidade de Uberlândia, e criar um ambiente de interação e conexão tanto interno quanto externo, um local destinado também ao network. Foi escolhido para esse projeto de design criar um espaço Coworking, onde a maioria dos problemas apontados seriam solucionados.

3º

Ideação:

Nessa fase para entendermos melhor as necessidades dos colaboradores, foram feitas entrevistas pelo aplicativo de mensagens Whatsapp, um brainstorm com colegas da área de design e arquitetura e um brainstorm com trabalhadores de outras áreas, para expandir as ideias de um espaço coworking criativo, que motive os trabalhadores ao trabalho remoto, autônomos, ou microempresas que irão utilizar do espaço projetado. Foram feitas análises de similares para observar e estudar ideias que viriam a ser úteis nesse projeto, croquis de layouts do ambiente para obter a melhor aplicação do programa de necessidades, moodboards do concept design e busca de mais influência visual dentro dos estilos Art Deco e estilo industrial.

4º **Validação:**


Por fim, na etapa de validação, realizamos diversos ajustes e discussões com colegas e o orientador, a fim de definir o melhor direcionamento para o projeto: criar ambientes voltados a longas jornadas de trabalho, ou algo **mais dinâmico, voltado a turnos curtos**. Pensando na melhor entrega para o cliente, optamos por desenvolver um espaço focado em duas atividades essenciais no dia a dia de um escritório de marketing e áreas ligadas à criatividade. Sabemos que profissionais desse setor frequentemente passam por bloqueios criativos, por isso era fundamental que a **Kbine Coworking, tendo um conceito de criatividade, precisasse oferecer estímulos visuais capazes de inspirar novas ideias**. Ao mesmo tempo, era necessário um espaço de desconpressão e convivência, onde os colaboradores pudessem se desconectar momentaneamente do trabalho, **respirar e recarregar a mente**. Dessa forma, o ambiente foi setorizado em dois grandes blocos: um espaço estimulante e criativo, voltado à produtividade e geração de ideias, e uma copa de convivência, pensada como área de relaxamento e interação social.

3

● Contextualização:

O conceito de Coworking se refere a um modelo de trabalho no qual o foco principal é no compartilhamento de ideias, de espaço de trabalho, e recursos de um escritório completo. Em 2005 Brad Neuberg definiu esse termo, pensado para profissionais autônomos, empreendedores, ou que trabalham de forma remota.

Esses ambientes colaborativos não se restringem apenas a fornecer área de trabalho compartilhadas, mas também oferecem uma variedade de serviços, tais como: internet de alta velocidade, salas de capacitação, salas de reunião, impressoras multifuncionais, áreas de relaxamento, armários compartilhados com compartimentos individuais, espaços de refeição, e instalações sanitárias. Em suma, esses espaços proporcionam uma experiência de escritório completa para os seus usuários. (COWORKING BRASIL, 2024).



A Algo a se destacar em um coworking é o seu ecossistema de inovação e troca de conhecimento, um ambiente propício para novas ideias e insights, onde a criatividade flui de forma natural através das interações pessoais e interações com o ambiente.

O networking ampliado e a troca de expertise possibilitada nos ambientes de Coworkings são estratégias e elementos que podem modificar a cultura empreendedora além de gerar melhores negócios, produtos e serviços sustentáveis e em equilíbrio com a expectativa dos usuários. (Coworking, Barcellos, 2016)

A palavra coworking foi usada pela primeira vez no início de 1999 pelo designer de jogos Bernard DeKoven. Mas diferente do que conhecemos, seu significado não era um ambiente de trabalho, era uma forma de se trabalhar que envolvia colaboração para inovação, trabalhar como iguais sem hierarquias. Em 2002, em uma fábrica não utilizada em Viena, foi criado o Schraubenfabrik, um centro para que empreendedores não precisassem trabalhar em suas casas, mas pudessem trabalhar em um local mais adequado e compartilhar ideias com outras pessoas. Apesar desse local não ter sido chamado de coworking, a intenção dos dois empreendedores austríacos que criaram esse ambiente era muito parecida com a ideia de espaço coworking que conhecemos atualmente.

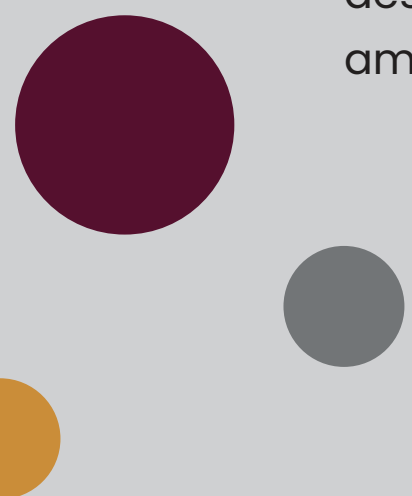
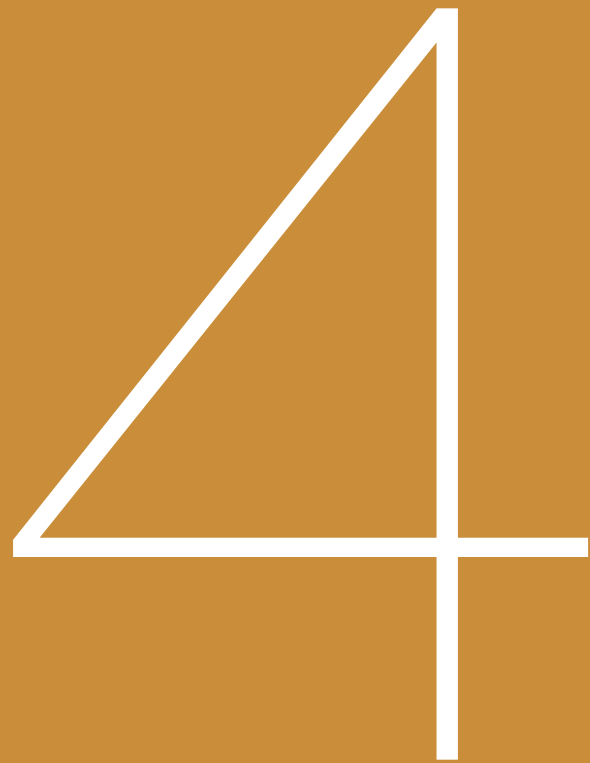


Figura 02 e 03 – Dois colegas de trabalho do primeiro espaço de coworking



Oficialmente em 9 de agosto de 2005, o primeiro espaço coworking foi inaugurado em São Francisco por Brand Neuberger, que descrevia esse ambiente como um local que combinasse a **liberdade do trabalho autônomo**, mas que ainda sim, tivesse o social e a estrutura de um escritório tradicional. Assim, ele uniu o melhor dos dois mundos, **um ambiente que impulsiona a criatividade onde há trabalho em equipe**, mesmo que as pessoas envolvidas não tenham poder de decisão, trabalham em seus projetos autônomos, mas podem ter outras opiniões para comparação, **visões de fora** para poder aprimorar as ideias.


Fonte: TechNetBCN. Disponível em: <<https://technetbcn.com/>> Acesso dia 24/03/2025.



● **Design Gráfico ambiental :**

O Design gráfico ambiental foi escolhido como ferramenta para esse projeto pela sua amplitude e detalhamento estratégico, composto por segmentos como, wayfinding (sinalização), ambientação e design de exposição, esse campo do design também apresenta forte influência da psicologia e da ergonomia. Por esse motivo, pode ser chamado também de design total de acordo com a ADG (Associação dos Designers Gráficos).

Um dos posicionamentos que a marca Komposê tem como fundamento é que “tudo comunica”, assim como um dos propósitos do Design gráfico ambiental, é reforçar o branding em todos os pontos de contato com a marca, desde o pequeno detalhe até a uma estrutura arquitetônica, inclusive os móveis e objetos escolhido para um escritório, a sinalização, a separação dos ambientes, e o fluxo de serviço. Tudo isso comunica e transmite uma mensagem sobre a marca. (Design Ambiental, Fabiano Scherer, 2014, p.00)



Tudo que você faz, todos os pontos de contato, eles constroem a marca! Seja para a direção que você estrategicamente definiu ou para uma outra direção. Então mesmo que você não faça nenhum esforço, você está construindo uma marca. (DANTAS, Tayana. Como você fez isso? Podcast. 2024.)

O período pós-pandêmico, impulsionado pelos avanços tecnológicos, transformou as interações sociais e profissionais. Muitos serviços passaram a ser realizados de forma remota, produtos são comprados virtualmente e entregues diretamente nas casas, o convívio presencial foi substituído por interações digitais. Apesar das facilidades trazidas por esse novo formato, é possível ver o distanciamento das relações humanas, nos tornando mais frios e menos empáticos. O design será utilizado neste trabalho para incentivar o convívio social e estreitar relações, dessa forma, acredito que momentos de encontros presenciais são essenciais para criar um elo afetivo com a marca. Empresas que investem na experiência do cliente, promovem o fortalecimento e crescimento afetivo dos usuários com a marca, criando mais chance de fidelização. As pessoas compram sua ideia antes de comprarem os seus produtos.

O mundo ficou sem alma, descuidou-se da dimensão simbólica dos objetos e produtos. O desejo se realiza pelo consumo. O branding veio como sintoma para mostrar que o mundo ficou tão focado na mercadoria que perdeu o encanto, a magia e a razão de ser. O afeto se afastou da mercadoria. (KAPAZ, Jaime. O design e o branding: afetividade e consumo. 2011.)

Desta forma, entende-se que o Design gráfico ambiental se encaixa como uma peça fundamental para a criação do projeto Kbine Coworking (espaço coworking da marca Komposê), ajudando diretamente a solucionar as problemáticas identificadas na análise SWOT realizada, integrando estratégia, estética, funcionalidade, criatividade e afeto.

5

● **Análise de Similares :**

5.1 RD Station Marketing

Localizado na cidade de Florianópolis, a RD Station Marketing (Resultados Digitais Station Marketing) é uma empresa Brasileira de ferramentas para automatizar as vendas e o marketing de pequenas e grandes empresas, seu produto é uma plataforma de automação, criação de estratégias, propagação e CRM (Gestão de relacionamento com o cliente), seu público-alvo são empresas e startups que buscam crescimento da marca. Foi escolhida para essa análise por ser uma empresa de marketing digital, por terem o entendimento de que todos os pontos de contato com a marca são importantes para o recebimento do público, mesmo que esse contato seja dos seus cooperadores, e em procedimentos internos de marca. E por fim, por ter vários espaços em sua empresa destinados a socialização das equipes e conexão da empresa como um todo.

Figura 04 – RD Station: Fachada sede do escritório



Fonte: Redação Economia SC (01/02/2024). Disponível em:
<<https://economiasc.com>> Acesso dia 24/03/2025

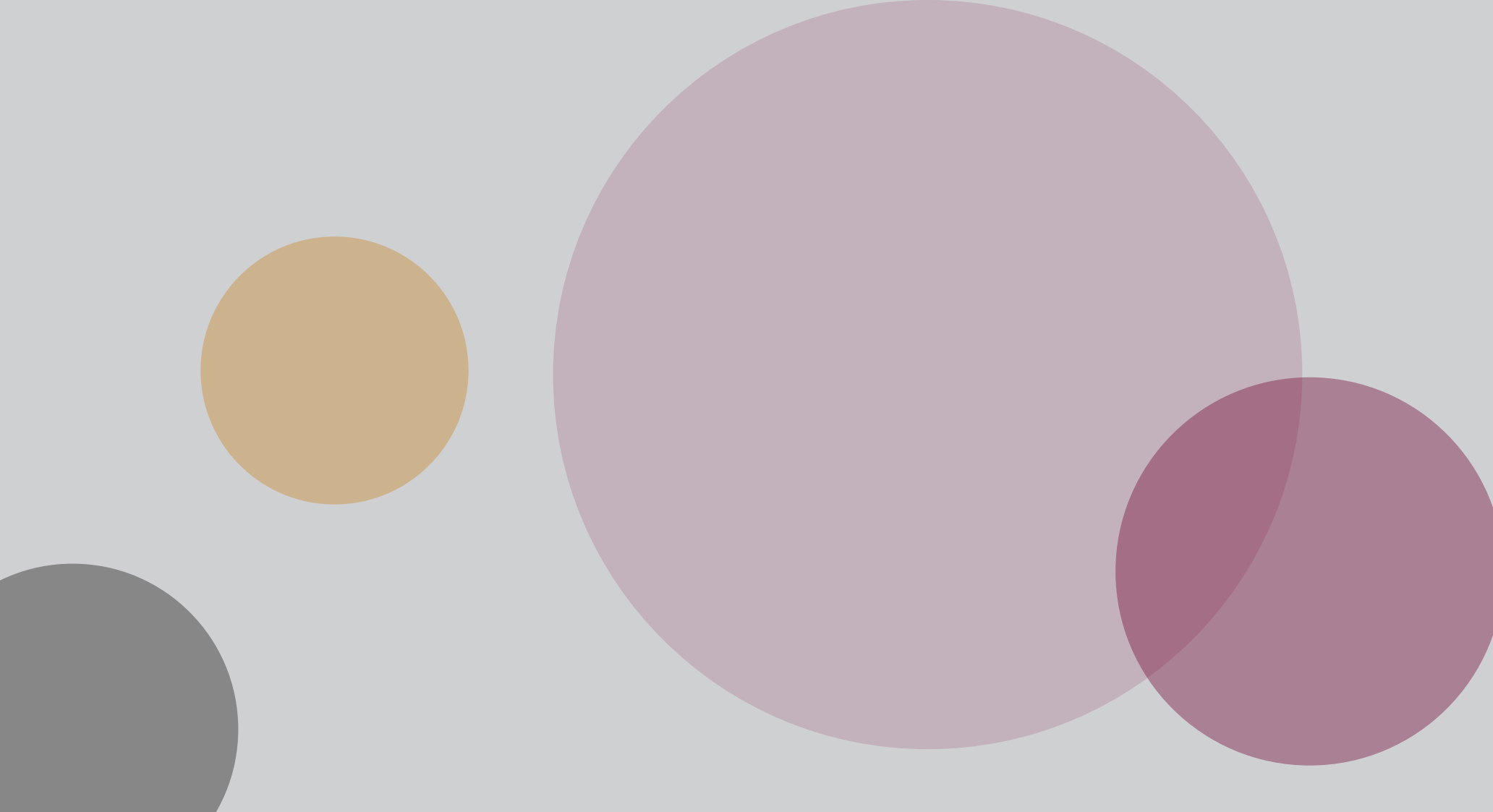


Figura 05 e 06 – RD Station: Espaço de decompressão, cozinha e refeitório.

Na sede da RD Station, há um espaço de decompressão que está integrado à cozinha e ao refeitório da empresa, criando um ambiente amplo e funcional. Foi projetado para otimizar as pausas dos funcionários, e trazer alívio do estresse no trabalho, ele conta com máquinas de café e lanches, além de uma bancada de apoio para a preparação de refeições rápidas. As mesas redondas de madeira podem ser utilizadas tanto para as refeições quanto para reuniões informais entre os colaboradores.

O espaço é dividido por um escorregador que conecta o andar superior, reforçando a proposta descontraída e interativa do ambiente. Projetado para estimular a interação, fortalecer vínculos e proporcionar momentos de desestresse e descanso, o ambiente inclui um boneco de treino para descarregar a raiva, grandes pufes redondos para descanso, mesas de jogos, como sinuca e pingue-pongue, incentivando a socialização e o alívio do estresse no dia a dia das equipes.

Fonte: Site Glassdoor. Disponível em: <<https://www.glassdoor.com.br>> Acesso dia 24/03/2025.



A iluminação quente e difusa na área de preparação dos alimentos proporciona uma sensação de acolhimento, deixando o ambiente mais confortável e relaxante para os funcionários.

Há algumas paredes em azul celeste no ambiente que refletem a identidade visual da RD Station, todo ambiente está alinhado com a marca, utilizando de forma predominante suas cores principais: azul, branco e preto. Além disso, a empresa utiliza roxo, rosa e verde como cores secundárias em sua comunicação visual, que também estão presentes em alguns puffes, adicionando um toque vibrante e descontraído.

O piso em porcelanato cinza claro traz um aspecto moderno e funcional, ideal para a rotina corporativa. Já a parede de tijolos aparentes na área de jogos, traz um estilo mais despojado e contemporâneo, reforçando a atmosfera casual e convidativa que o espaço de desconpressão oferece.

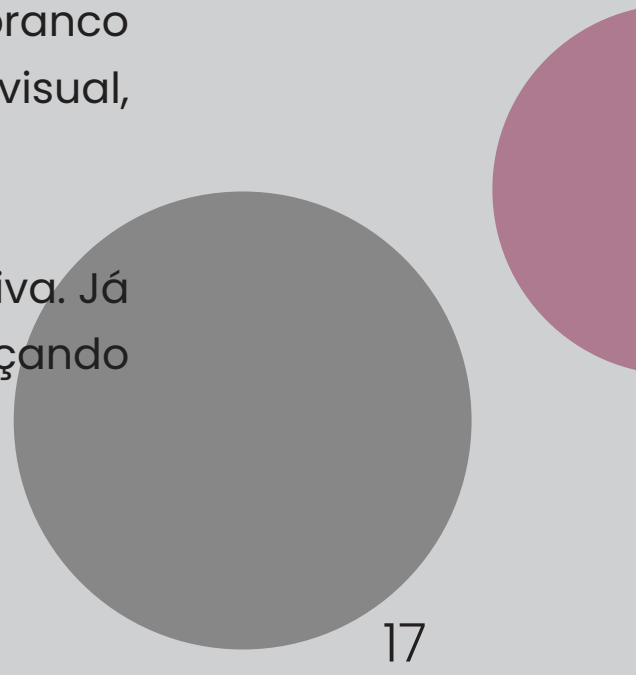


Figura 07 – Fachada Mindspace Old Street

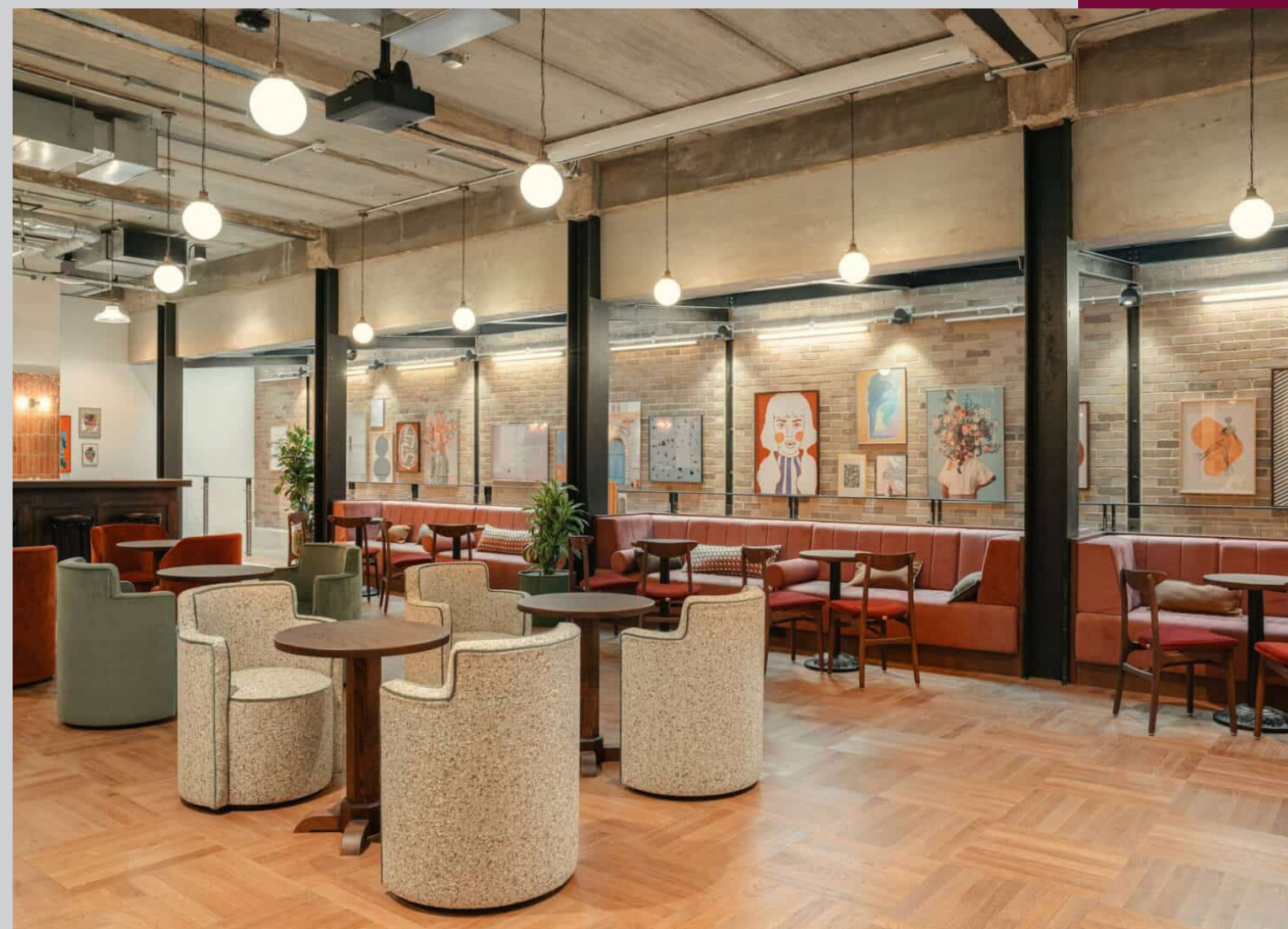


5.2 Mindspace Coworking Old Street – Londres

O Mindspace é uma das maiores comunidades de espaços de escritório flexíveis e coworking do mundo. Há escritórios do Mindspace em 23 países, entre os três escritórios localizados em Londres, o escolhido para a análise foi o Mindspace Old Street. Ele está cercado de startups de tecnologia, agências digitais, que fazem parte do seu público-alvo junto com os empreendedores autônomos e pequenas empresas. Foi escolhido para essa análise por seu design de interiores moderno, elegante, criativo, acolhedor, e por ter uma visão parecida com a empresa Komposê nesse projeto, criatividade e conexão.

Figura 08 – Segundo piso Mindspace Old Street

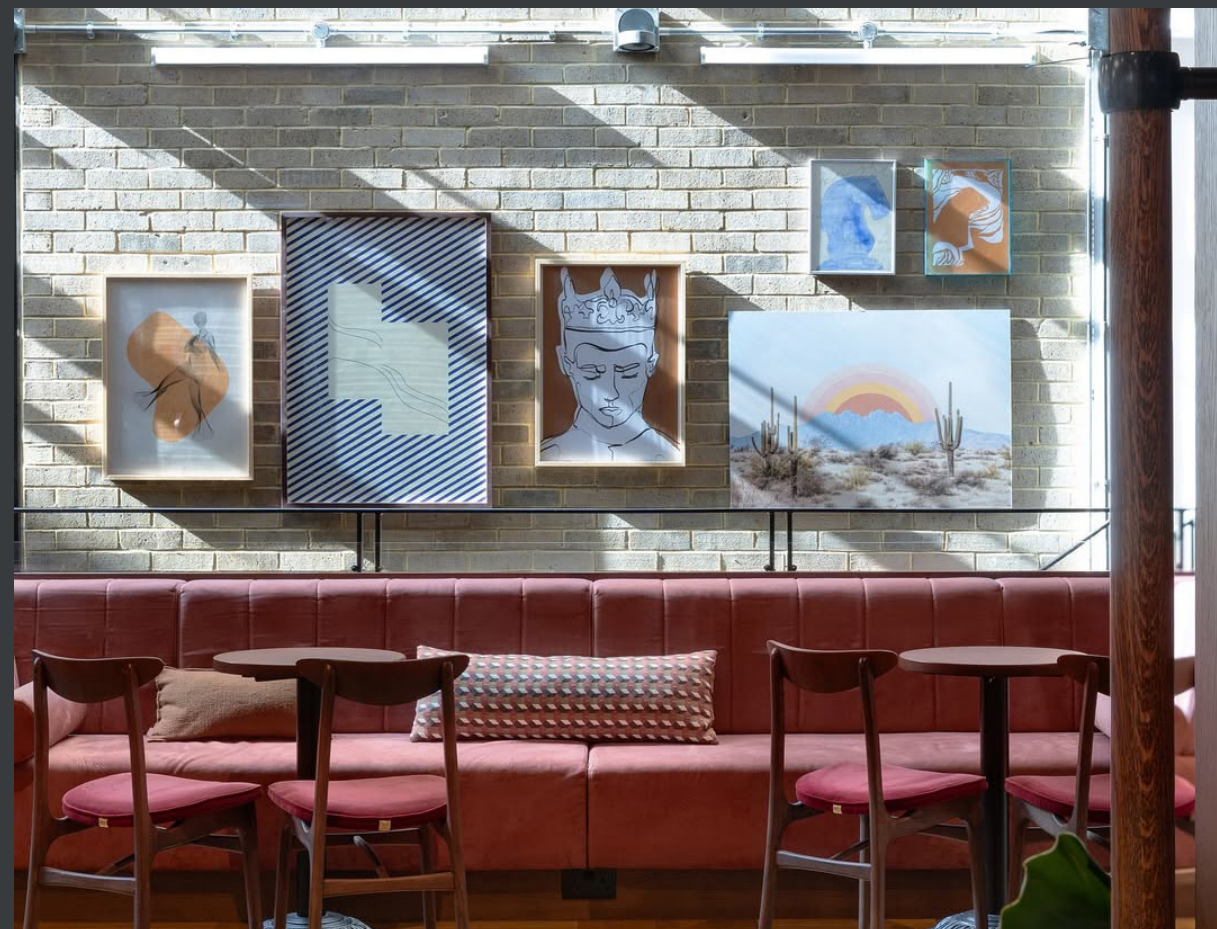
No segundo andar do escritório, há um espaço amplo para reuniões informais, socialização de colegas, vários ambientes de trabalho menos rígidos, descontraídos e criativos. Esse é o primeiro andar projetado para o coworking, seu intuito é ser multifuncional e a presença de um bar ao fundo sugere que o espaço também pode ser utilizado para coffee breaks. É um espaço convidativo e atraente, que traz acolhimento e conforto. O espaço conta com vários sofás longos e confortáveis, poltronas coloridas que trazem personalidade, mesas para apoio que servem como local de trabalho ou para reuniões informais de duas ou mais pessoas, quadros e artes nas paredes que estimulam a criatividade.



Fonte: Site Mindspace. Disponível em: <<https://www.mindspace.me/c/london/>>

A iluminação difusa e suave ajuda a criar essa atmosfera relaxante e intimista, a escolha de luminárias pendentes em formato de esfera traz o lado lúdico e criativo. Há também um corredor de iluminação natural que vem de uma abertura de vidro no teto, spots focais e lâmpadas tubulares em cima dos quadros que trazem a ideia de uma galeria de arte.

Figura 09 e 10 – Segundo piso Mindspace Old Street



Fonte: Site Mindspace. Disponível em: <<https://www.mindspace.me/c/london/>>

O ambiente é cheio de texturas que trazem personalidade e identidade ao escritório. As paredes de tijolos aparentes dominam o espaço, trazendo um aspecto urbano e acolhedor para o interior. As mesas em madeira escura transmitem elegância, enquanto o piso em madeira clara aquece visualmente o ambiente. Há estofados variados nos sofás e nas poltronas, trazendo pontos de cor e inovação. Além de todos os elementos industriais como os corrimões em metal, estruturas metálicas aparentes, vigas expostas e fiações visíveis, luminárias pendentes, que complementam a estética contemporânea com um toque despojado e autêntico.



Fonte: Site Luxor Live. Disponível em: <https://www.luxorlive.nl/info/>

5.3 Escritório administrativo da Luxor Live

O escritório administrativo da Luxor Live foi recentemente reformado, um projeto desenvolvido pelo estúdio .pet projectinrichters, e liderado por Masoud Azidehak. Com esse redesign, o espaço se adequou de forma coerente com a identidade da marca e aos seus posicionamentos estratégicos, se fortalecendo no mercado e dando aos seus cooperadores um ambiente de trabalho mais agradável e estimulante. A Luxor Live é uma casa de shows, localizada em Ahnhem na Holanda, onde é referência por seu ambiente artístico e vibrante, considerada um dos espaços mais bonitos para shows do país, se tornando um ponto central cultural de Arnhem.

Seu escritório foi escolhido para esta análise por apresentar um design inspirador, que estimula a criatividade, além de suas formas geométricas, cores vibrantes e o conceito do projeto semelhante ao projeto de coworking desenvolvido para a Komposê.

Figura 12 – Escritório da Luxor Live



Fonte: Site Tarkett. Disponível em: <https://professionals.tarkett.com/>

O escritório é organizado com mesas de trabalho lineares brancas, equipadas com divisórias de altura média entre elas, que oferecem privacidade e concentração, mas sem isolar totalmente os colaboradores uns dos outros. Em cada posto de trabalho contém monitores ajustáveis de tela fosca, teclado, mouse, organizadores brancos sobre a mesa e cadeira ergonômica branca. Tudo para que os funcionários tenham um ambiente visualmente leve e organizado, tornando seu período de trabalho mais confortável, produtivo e menos desgastante.

O ambiente é banhado por iluminação natural na maior parte do tempo, juntamente com algumas plantas espalhadas pelo escritório, deixam o ambiente mais agradável, trazem um toque de natureza e ajudam no bem-estar. Há duas grandes treliças de spots direcionáveis, que cobrem todo o escritório e trazem pontos de luz focal, além disso, em cada posto de trabalho individual há um perfil pendente de iluminação difusa, toda a iluminação é pensada para trazer concentração e conforto no trabalho.

Figura 13,14 e 15 – Escritório da Luxor Live



Fonte: Site Tarkett. Disponível em: <https://professionals.tarkett.com/>

Os grandes destaques desse escritório são o teto e seu piso, uma combinação ousada e vibrante que replica a identidade visual de marca da Luxor Live. O chão é revestido com um carpete rosa da marca Tarkett, que além de trazer aconchego e criatividade ao ambiente, também melhora a acústica do escritório. Um teto artístico, estampado com um padrão de formas geométricas circulares e estelares, que nos remetem aos holofotes, luzes de um show, e aos globos luminosos. Isso trouxe ao ambiente uma pegada criativa e estimulante. Em uma das paredes esse padrão gráfico foi replicado em tons menos contrastantes, em tons suaves de verde claro e rosa claro, criando uma transição harmônica. Em outra parede há cartazes decorativos nas mesmas tonalidades, todo o conjunto trás coerência visual com a marca e com um escritório no universo do entretenimento.

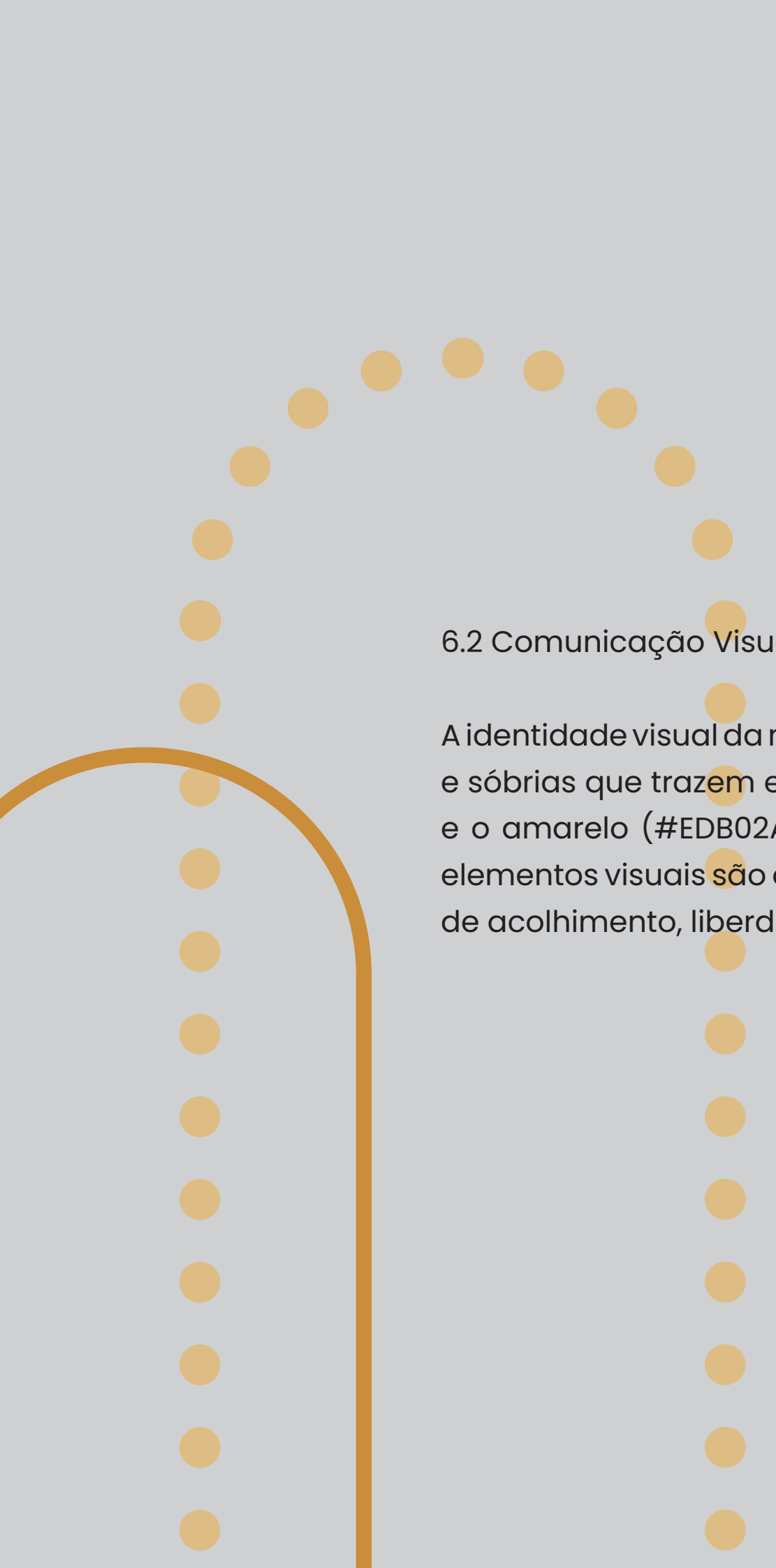


● A Komposê :

6.1 Cultura da marca:

A Komposê é uma empresa de Design gráfico e Marketing digital, oferecem o serviço de criação de branding, marcas por completo, identidade visual e aplicações em materiais (gráficos e físicos), também trabalha na produção de outros materiais que agregam a marca e impulsionam o marketing, como o acompanhamento de redes. O seu propósito é criar identidades de marca que reflitam e externalizem de forma visual e prática a sua essência e singularidade, fazem isso contando uma história. Dão vida aos sonhos de seus clientes, criam o design de uma forma poética.

A marca tem como pilares a transparência, a autoresponsabilidade, a comunicação e a autenticidade. Seu tom de voz é leve e acolhedor, criando um ambiente propício para que as pessoas se sintam à vontade para se comunicar, se expressar e se conectar de forma verdadeira. Tem um tom de fala amigável, mas que também é intencional e inspirador, há estratégia e emoção por trás de tudo que fazem. Demonstra confiança e credibilidade, pois é construída com base em algo real. Tudo isso sem deixar de lado sua essência criativa, ousada e sem deixar de pensar fora da caixa.

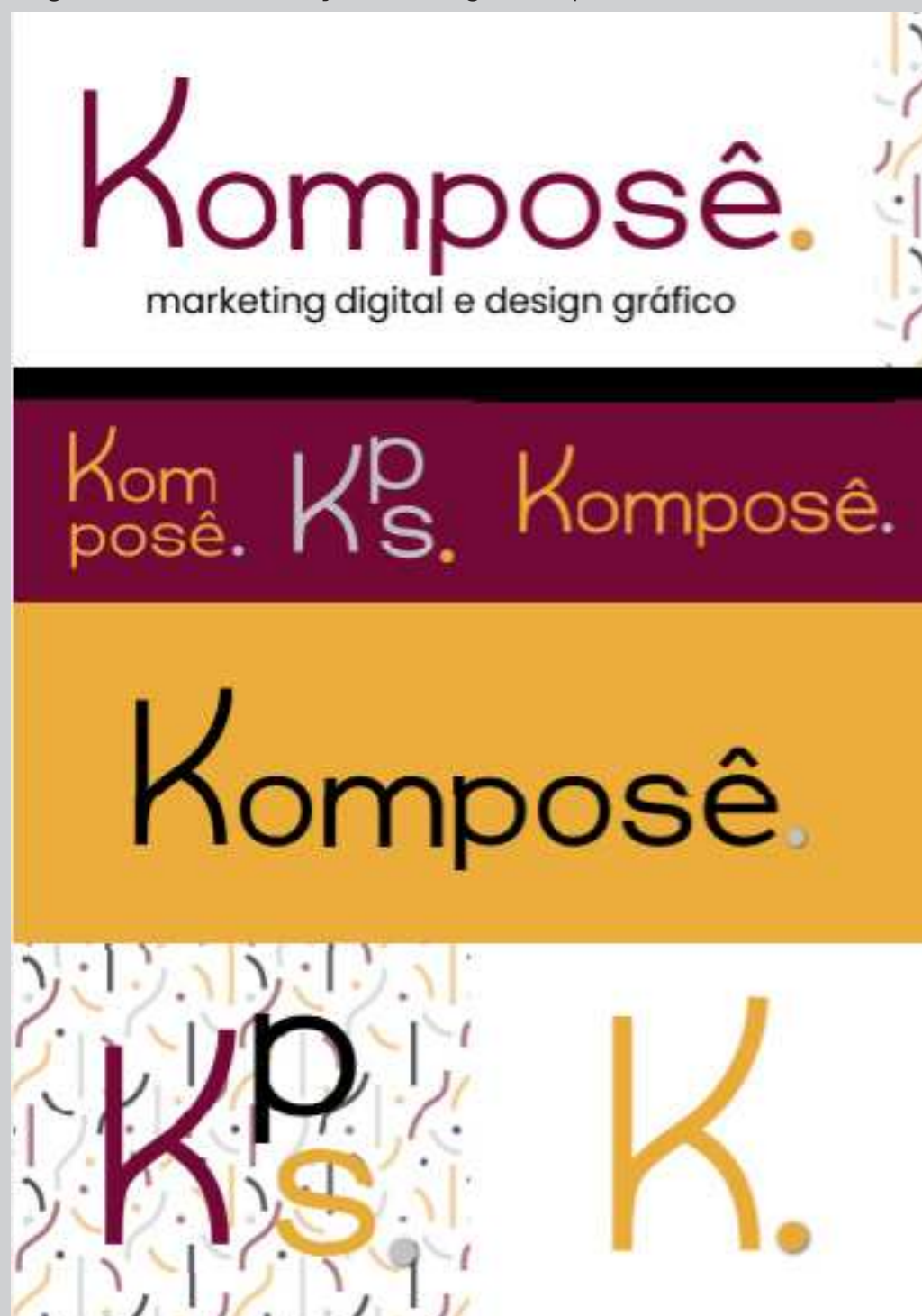


Sobriedade e consistência no que fala, mas sempre com um toque especial, inesperado de criatividade, que foge do óbvio. Um toque de cor, um toque de música, um toque único: Trazer sempre o comportamento que surpreende. Ativo e participativo, além de escutar bem para conseguir extrair informações valiosas. Expressiva nos detalhes. Boa avaliadora, mas na hora que abre a boca para falar... surpreende e encanta. (Texto retirado do manual de marca da Komposê)

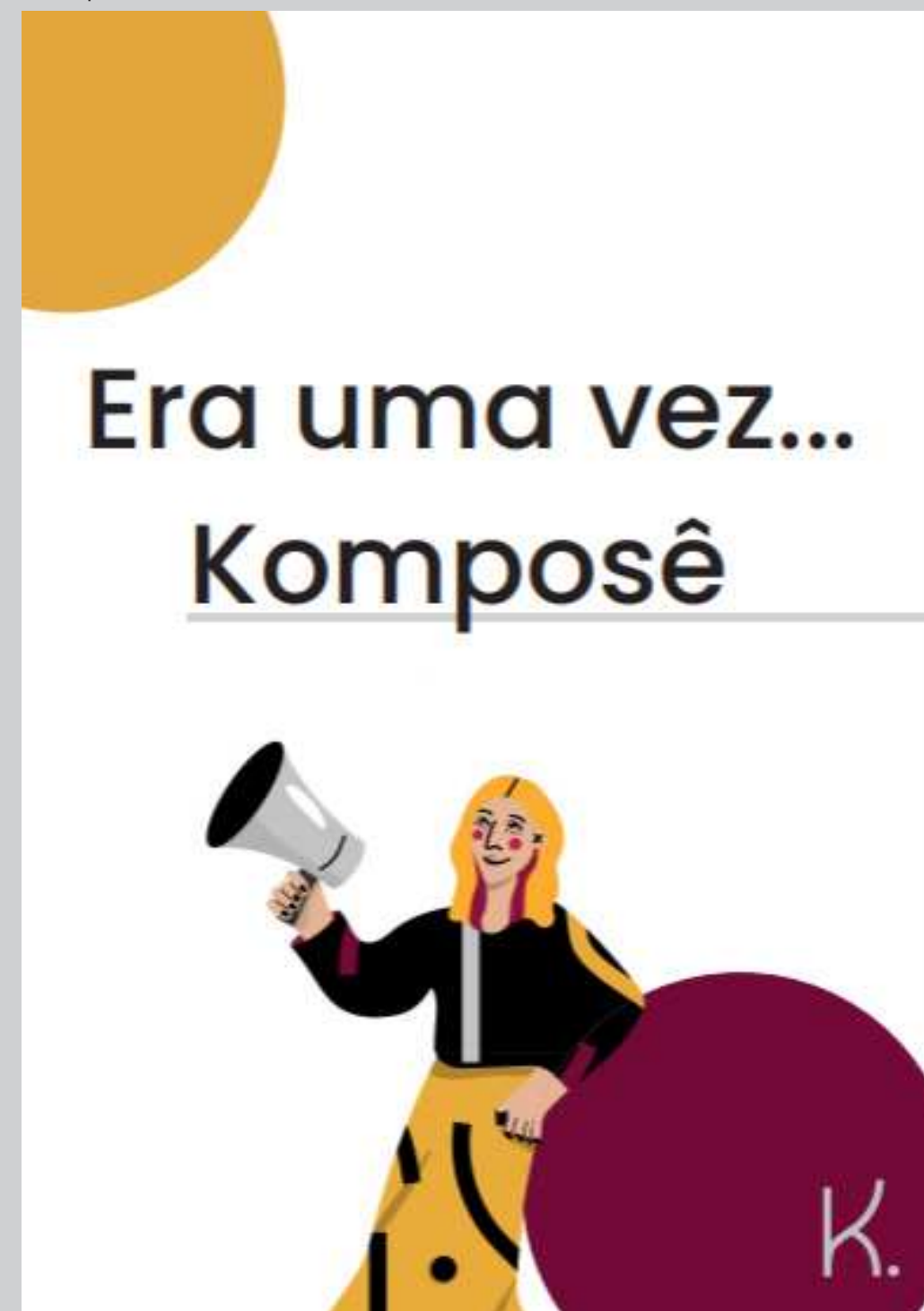
6.2 Comunicação Visual:

A identidade visual da marca Komposê é criativa e marcante, utiliza da combinação entre cores vibrantes e sóbrias que trazem equilíbrio. A paleta inclui o preto (#000000), o cinza (#D8D8D8), o marsala (#00) e o amarelo (#EDB02A), formando uma composição visual que transmite energia e elegância. Seus elementos visuais são orgânicos e arredondados, com o uso de transparências, o que reforça a proposta de acolhimento, liberdade para se expressar sem abrir mão da seriedade e profissionalismo

Figura 16 e 17 – Variações de logo e capa do manual de marca da Komposê.



Fonte: Manual de marca da Komposê.



A se destacar, há alguns ícones utilizados pela marca, como o megafone, simbolizando a comunicação, a lâmpada que traz ideia do inovador, pincel com paleta de cores que nos remetem diretamente a criatividade. Esses elementos reforçam os valores e o posicionamento da Komposê, tornando sua identidade visual coerente e expressiva.

Figura 18 – Moodboard da marca da Komposê.



Fonte: Manual de marca da Komposê.

6.3 Público-alvo:

É uma empresa B2B (que vende serviços para outras empresas, e não diretamente para o consumidor final), seu público-alvo são influenciadores com marcas pessoais, microempreendedores e empresas de pequeno porte que entendem a importância do branding, de estratégias de comunicação e a necessidade do marketing em suas empresas.

6.4 Análise SWOT:

Fatores positivos

Forças:

- Equipe unida que trabalha em sinergia;
- Boa comunicação entre colaboradores, leve e clara;
- Entrega dos seus serviços completa e detalhada, visando sempre o melhor para seus clientes.
- A komposê trabalha em cocriação com seu cliente;

Oportunidades:

- Público crescente de empreendedores e de pequenas empresas;
- A valorização dos serviços e produtos de marcas locais;
- Necessidade de contato físico, socialização e marcas presentes.

Fatores negativos

Fraquezas:

- Trabalho a distância dificulta a interação da equipe e o social entre colaboradores;
- Não há um local físico próprio para reuniões de equipe ou reuniões com clientes.
- Dificuldade de prospecção, pouca visibilidade e conhecimento da marca.
- Ambiente de trabalho não adequado para os colaboradores.

Ameaças:

- Concorrência que participa de Workshops de criação de marcas, ou de outros eventos;
- Estúdios de marketing que tem espaço físico;

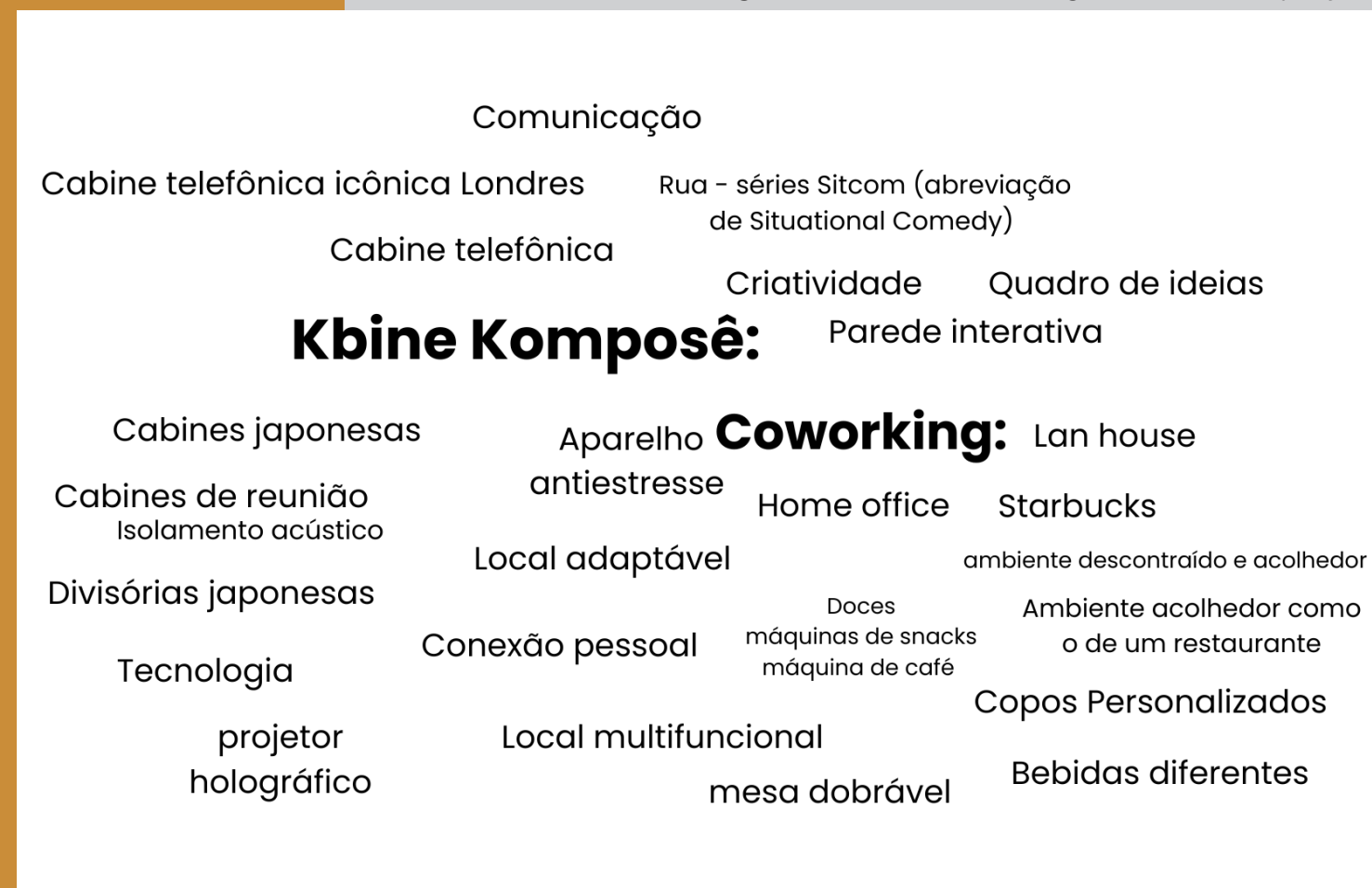


- **Brainstorming:**

Para a criação do Brainstorming foi reunido colegas do curso de design e arquitetura, mas também amigos que trabalham em outras áreas, como Tecnologia da informação, Estudante de biomedicina, Estudante de administração. Após explicar um pouco sobre a Komposê e esse projeto para um novo segmento da marca, esse grupo de pessoas foi conduzido em dois pontos principais, o termo de coworkings em geral e a ideia da Kbine Komposê.



Figura 19 – Brainstorming no tema do projeto.



Fonte: Autoral

Alguns insights interessantes foram tirados de suas falas, e que serão considerados no projeto:

“Ao entrar no local, tem que ser algo inovador que estimule a criatividade, liberdade de interação, mas quando o pessoal se sentar no seu local de trabalho, precisa conseguir focar no trabalho”

“Seria bom se fossem dois ambientes separados (copa e espaço de escritório), porque a pessoa que está trabalhando não pode perder o foco e querer saber a fofoca da cozinha, e quem estiver ali na cozinha tomando um café está querendo descansar a cabeça... não ficar vendo o ambiente de trabalho, as pessoas trabalhando e pensar que terá que voltar, querem distrair a cabeça um pouco”

Por ser um projeto de um ambiente coworking, a ideia de aplicar esse método criativo (brainstorming) com pessoas que atuam em áreas diferentes no mercado de trabalho foi muito interessante e bem efetiva, podendo entender as necessidades e visões diferentes de cada público.



● Projeto Kbine Coworking:

9.1 Concept design: Um convite à criatividade

O projeto de interiores para Kbine Coworking faz um convite à criação. Um ambiente que incentiva a criatividade, estimula a capacidade de criar ideias, ideias que impulsionam negócios, melhoram produtos e serviços.

O conceito de design deste projeto coworking nasce na perfeita união dos “estilos” industrial e Art Déco. A proposta valoriza o processo criativo como ele realmente é: imperfeito, experimental e, acima de tudo, livre.

Para inovar, antes é preciso tentar, ter a liberdade de errar e errar novamente. Soluções geniais não vem de imediato, mas depois de muita tentativa, erro e aprimoramento. Assim, como o design industrial traz uma atmosfera de inacabado, do processo à mostra, da estrutura por trás do trabalho, a Kbine coworking te convida a não ter medo de errar ou criar, ela proporciona liberdade ao seu imaginário. Unido ao estilo Art Déco que fortalece o branding da empresa, que por sua vez traz elegância, simetria e geometria ao ambiente, uma estética que conversa diretamente com a identidade visual da marca Komposê, marcada por formas curvas e cores ousadas. Um estilo que conta histórias, assim como a Komposê por meio do marketing e design.

Kbine.

9.2 Moodboard Concept Design

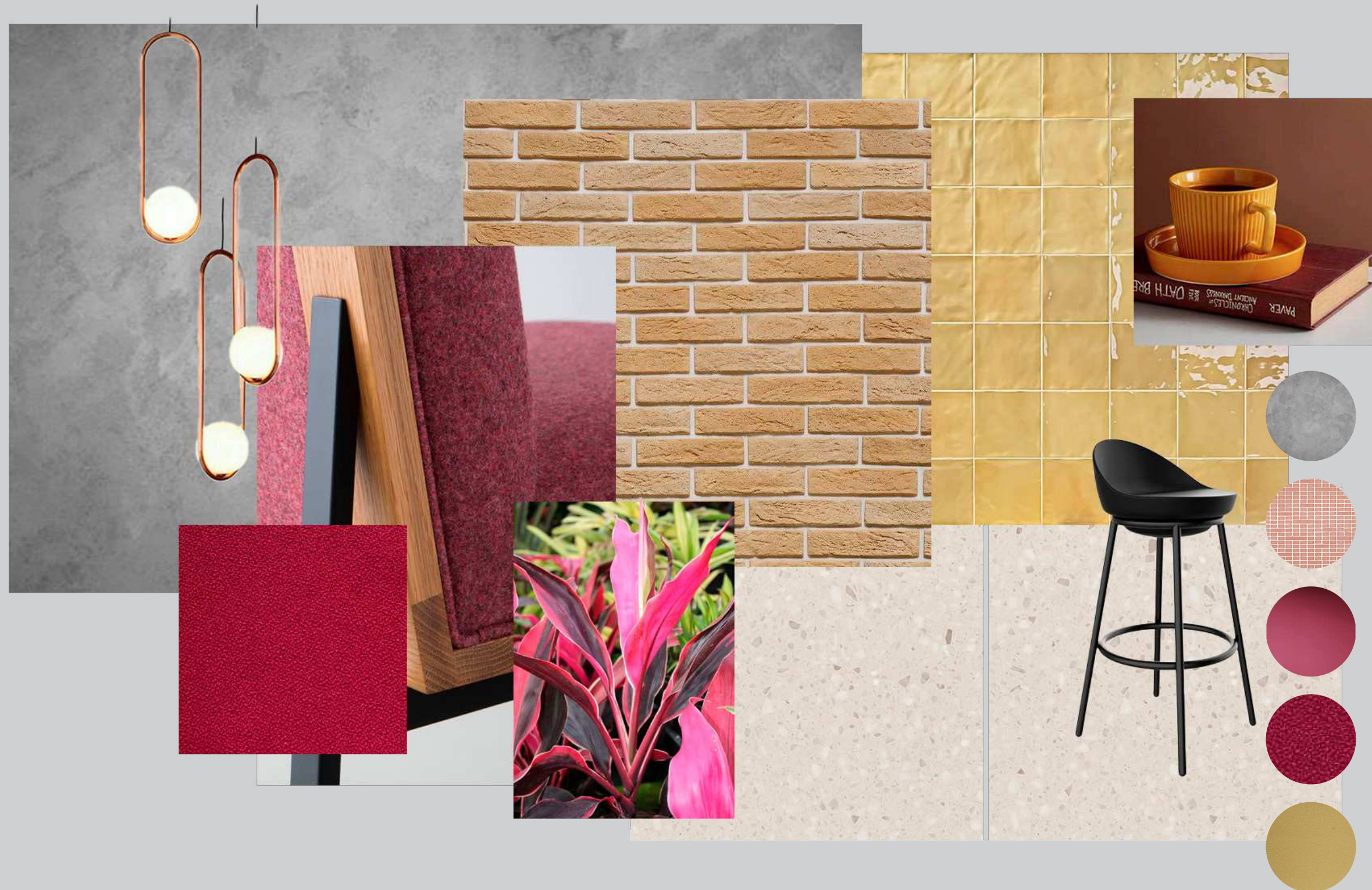


Figura 21 – Moodboard Conceitual Kbine – Fonte: Composição autoral

9.3 Programa de necessidades

- A primeira visão ao entrar no espaço, deve chamar atenção de forma criativa e fora do óbvio;
- Cenários criativo para gravações de conteúdo, ter uma iluminação multifuncional, elementos decorativos que remetam a marca Komposê (lâmpada industrial, megafone, livros, pinturas, desenhos, ilustrações e formas geométricas);
- Local para reunião privada (cabine);
- Necessário pequenos compartimentos para guardar pertences dos colaboradores;
- Priorizar a iluminação natural do ambiente, usar luz quente para trazer conforto ao local, mas ter opção de usar luzes de cor neutra difusa em locais de trabalho;
- Deve se atentar a acústica de cada área; pensar na questão de separação dos ambientes (cabine privativa, área comum, copa e banheiro);
- Mesas de trabalho dobráveis para melhor utilização do espaço e adequação a cada empresa/empreendedor e suas necessidades e demandas de trabalho;
- Mesa grande para reuniões gerais, necessário espaço para 6 pessoas;
- Equipamentos essenciais de escritório: Muitas tomadas espalhadas pelo ambiente, no mínimo 1 cadeira ergonômica para jornada longa de trabalho, 1 câmera fixa para reuniões online (na cabine), 1 câmera livre multifuncional, tripé multiuso, retroprojektor e sistema de climatização;
- Copa com área de café, espaço de convivência para lanches e refeições rápidas;
- Equipamentos essenciais na copa: Máquina de café, refrigerador, micro-ondas, pia com torneira;
- Elementos de descompressão: Móveis com assentos confortáveis, objetos e decorações interativas, jogos que estimulem (a criatividade, concentração, entre outros);
- Lavabo neutro, ambiente de contemplação, a ideia de um camarim;

Ambiente colaborativo, criativo que esteja aberto a receber os clientes (acolhedor). Acho que fugir do óbvio é essencial! (Julia Guazzelli – CEO da Komposê)

9.4 Local escolhido (levantamento)

A sala escolhida para o desenvolvimento deste projeto está localizada no bairro Tubalina, na zona sul de Uberlândia. Este é um projeto real, então a cliente quem destinou esse espaço para a criação do ambiente de coworking.



Figura 22 – Fachada do local – Fonte: Imagens retiradas do Google Maps.
Av Silvio Rugani, 230 – Tubalina Uberlândia



Figura 23 – Fachada do local sinalizada – Fonte: Edição autoral

De acordo com plataformas especializadas em imóveis (Imóvel Guide e Quinto Andar), o bairro tem uma ótima avaliação, é considerado seguro, e conta com escolas bem conceituadas, além de clubes e diversos comércios na região. Durante o levantamento do local, foi identificado um ponto importante que exige intervenção: a fachada do imóvel possui baixa visibilidade em relação ao entorno da rua. Considerando a abordagem do design ambiental, que propõe uma visão integrada do espaço, decidimos propor também melhorias na fachada, com o objetivo de torná-la mais atrativa e facilitar a identificação do coworking.



Figura 22 – Fachada do local – Fonte: Imagens retiradas do Google Maps.
Av Silvio Rugani, 230 – Tubalina Uberlândia



Figura 24 – Proposta para fachada Kbine Coworking – Fonte: Autoral

Dessa forma, conseguimos dar mais destaque e aplicar de maneira criativa os elementos da identidade da Komposê na fachada do espaço.

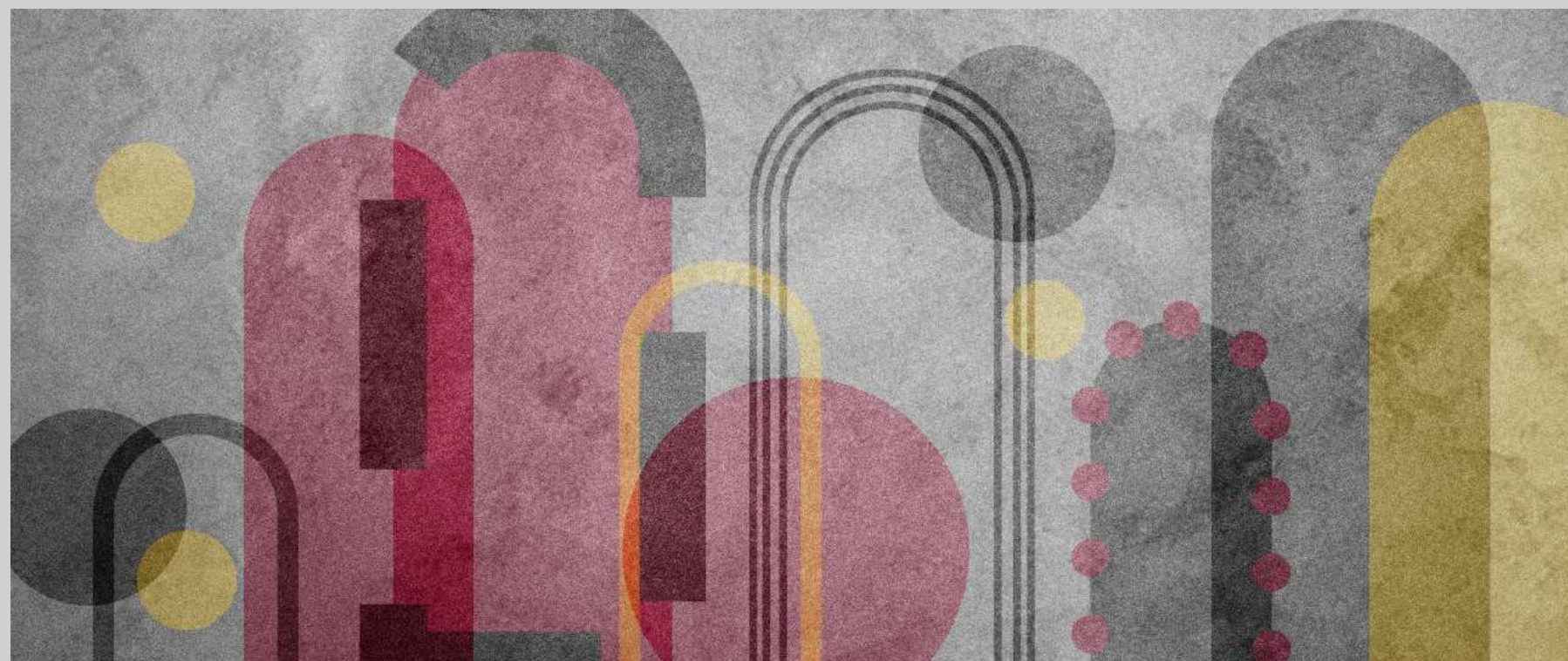
9.5 Proposta projetual

- Parede Cimento queimado;
- Revestimanento Color Block Artisan Brick Blush – Portobello;
- MDF laminado cor magenta;
- MDF laminado cor amarelo pastel;
- Piso Vinilico – Ambianta Stone 24099564 Tarkett
- Revestimento Gouache Graine – Portobello.



Figura 25 e 26 – Vista 3 e 1 – Fonte: Autoral .

Figura 20 – Arte Parede 1 – Fonte: Arte autoral .



Logo ao abrir a porta do nosso espaço coworking, entramos em um túnel que nos leva a um estado de criatividade, somos levados a esse estímulo desde a entrada quando nos deparamos a arte na parede principal do ambiente. Com formas geométricas de arcos, círculos, traços, que nos trazem a base do design, tudo tem uma estrutura antes de algo, tudo começa pelo traçado, pelos croquis, desenhos e rabiscos. As cores amarelo e magenta também podem ser associadas às cores que fazem parte das configurações de impressão colorida CMYK (M = magenta - rosa e Yellow - amarelo), além de fazerem parte da identidade visual da Komposê.



Figura 25 – Vista 3 – Fonte: Autoral .

A Kbine Coworking tem 32,19 m², não foi feita nenhuma alteração estrutural na planta original do local. Como tínhamos um espaço pequeno para construirmos nossa ideia, vários móveis foram pensados de forma multifuncional e alguns dobráveis.

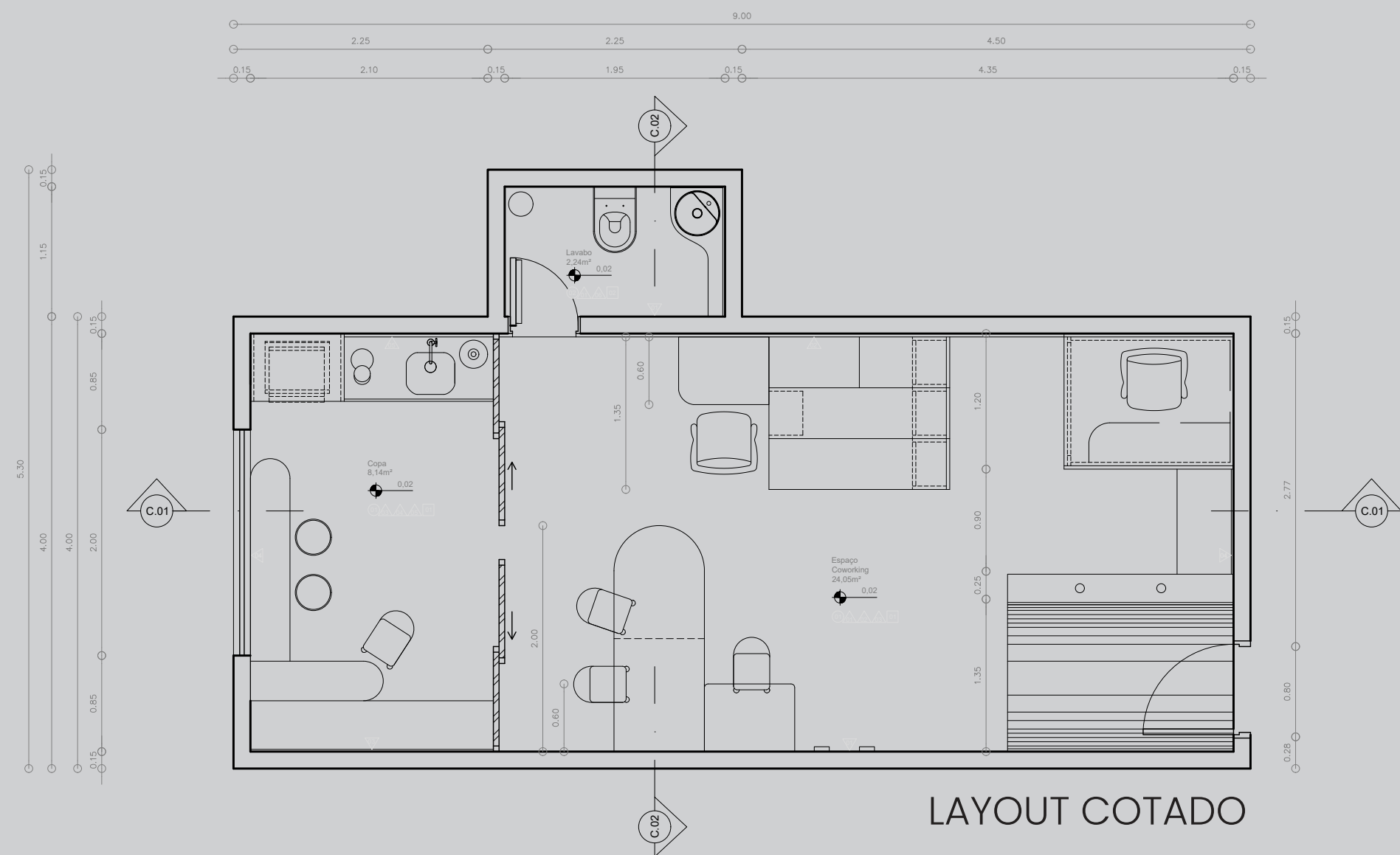
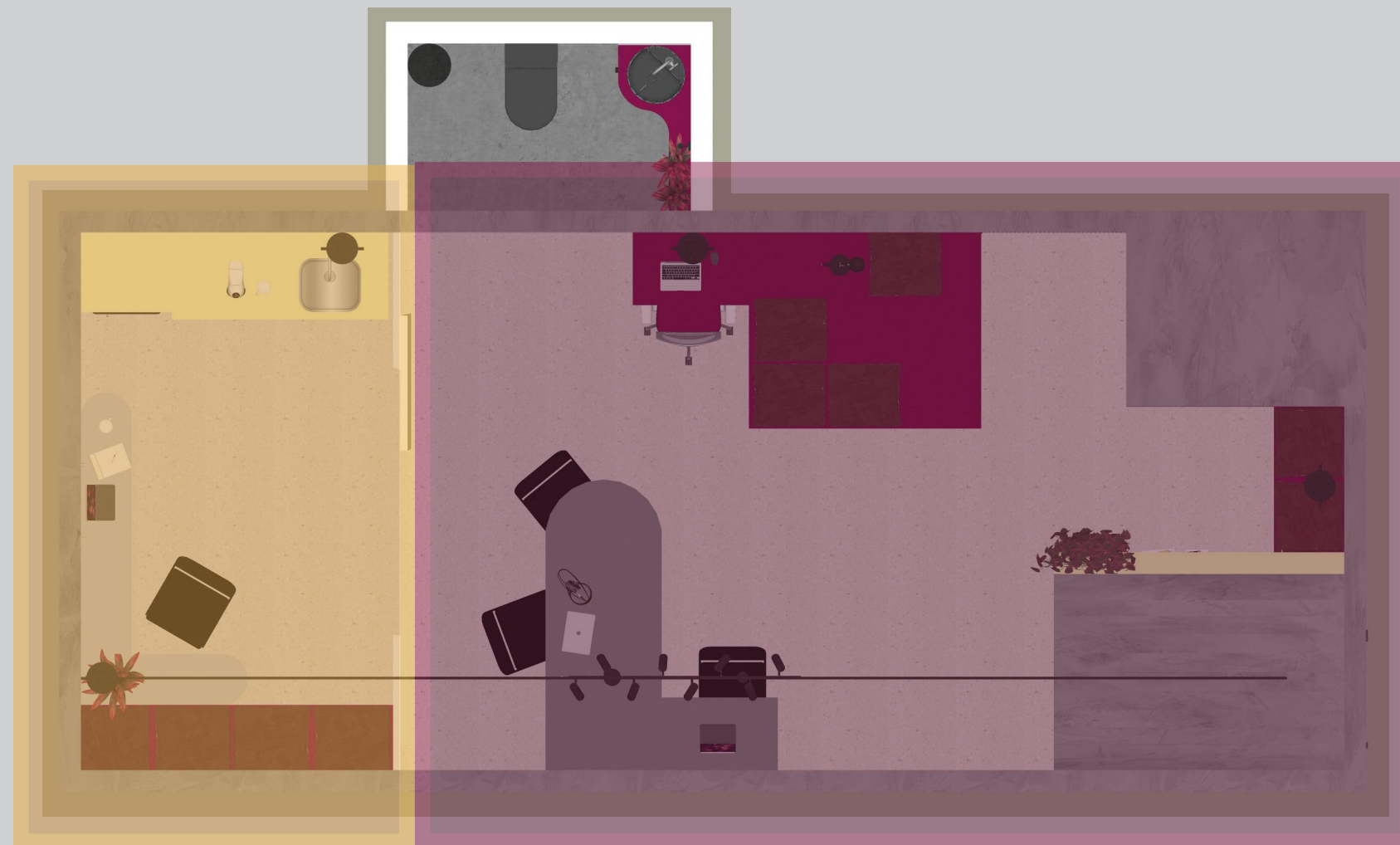


Figura 27 – Layout Planta cotada – Fonte: Autoral .



Figura 28 – Layout Planta humanizada – Fonte: Autoral .

Antes de ser um coworking, esse espaço é um braço da empresa Komposê, onde seus colaboradores poderão fazer reuniões e trabalharem de forma presencial também, por isso pensamos nas dinâmicas de trabalho da empresa. Decidimos setorizar e pensar no ambiente para duas atividades principais: estimular a criatividade e local de convivência, desconpressão.



Espaço de convivência,
conexões e relaxamento.

Espaço pensado para estimular a
criatividade e interação no trabalho.

Figura 29 – Layout Planta setorializada – Fonte: Autoral .

Nesse estudo, fizemos testes com Inteligência Artificial (IA) para gerar imagens realistas dos ambientes (cenas) criados no software Sketchup. Os resultados foram muito interessantes, por isso, mesmo não estando fidedignos a modelagem autoral criada, será usado como apoio para as explicações do projeto.

Os blocos de cores, além de proporcionarem harmonia e uma estética de “limpeza” visual, são excelentes aliados em ambientes compactos, pois ajudam a ampliar a percepção do espaço. Na Kbine Coworking, a arquibancada dinâmica se integra à parede por terem o mesmo tom de marsala, criando continuidade visual. Já a copa, embora não seja inteiramente amarela, é composta por tons quentes que reforçam a sensação de acolhimento. É desse espaço que vem a entrada de luz natural, trazendo leveza, conexão com a natureza e equilíbrio ao ambiente.



Figura 30 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir de desenho copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .

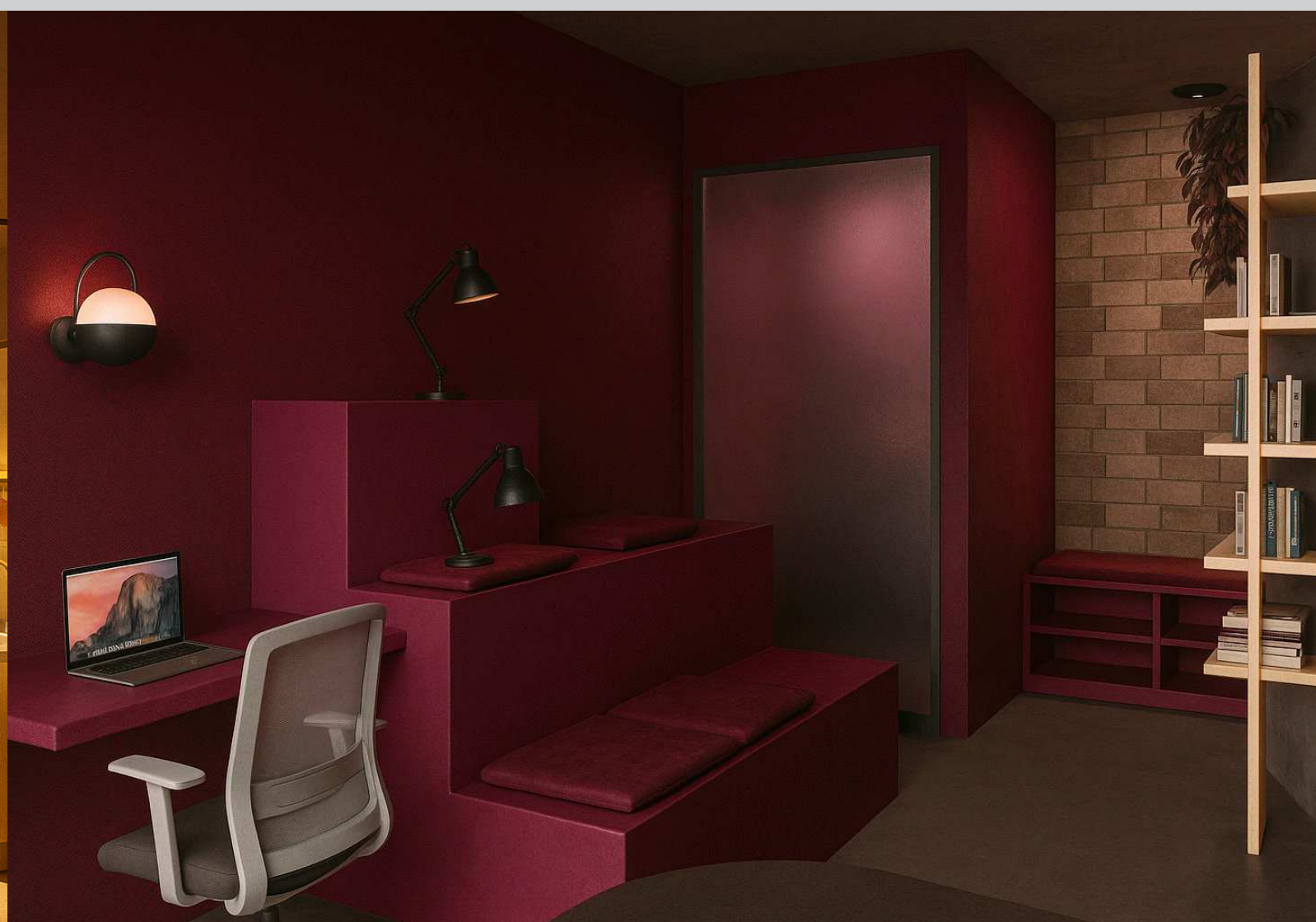


Figura 31 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir de desenho espaço criativo Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .



Figura 32 – Desenho 3D vista copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral



Figura 41 – Desenho espaço criativo Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .

Figura 33 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir do desenho espaço criativo 2 Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .



Dinâmico, criativo e funcional.

Essas foram algumas das palavras que ecoaram ao longo do desenvolvimento da Kbine Coworking. O espaço foi idealizado para proporcionar dinâmicas criativas, utilizando da área ampla com mesas dobráveis recolhidas, que estimula uma forma de trabalho mais leve e informal, como na arquibancada, que permite ao usuário ficar com as pernas esticadas enquanto trabalha.

A proposta também valoriza a autonomia, oferecendo liberdade para que cada um escolha a maneira que melhor se adapta ao seu fluxo de trabalho. Ao mesmo tempo, o ambiente também nos dá a possibilidade de reuniões em grupo, com a mesa dobrável de dois metros, e até encontros privados online que podem ser feitos na cabine acústica.

Um lugar que te dá a liberdade de trabalhar de forma criativa.



Figura 34 – Desenho espaço criativo 2 Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .

Figura 36 – Desenho Copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .



Um toque de cor.

Nenhum colaborador é o mesmo antes e depois do café. Um toque de alegria, e de cafeína, pode ser o que falta para reativar a criatividade e progredir nas ideias. As pausas são essenciais, às vezes tudo o que precisamos é de um café ou algo doce para reanimar o corpo e a mente. Como identificado na etapa de brainstorming, cafeterias com bebidas diferenciadas despertam o interesse do público que trabalha com o criativo. Por isso, uma máquina de café prática e simples de usar não é essencial na Kbine.



Figura 35 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir de desenho Copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .

Figura 37 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir do desenho Canto Copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral.



Canto mais que colegas, friends de trabalho.

Inspirado na icônica série Friends, este espaço reflete o tom bem-humorado da comunicação da Komposê, que já utilizou algumas vezes referências de sitcoms em suas redes sociais. Criado para promover encontros espontâneos e momentos de descontração, tanto para fazer uma refeição rápida na bancada alta quanto para uma pausa tranquila no banco estofado. Mais do que um simples cantinho, é um convite à conexão entre colegas que viram amigos.

Figura 38 – Desenho Canto Copa Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral.



Lavabo contemplação.

As cores sóbrias foram escolhidas para favorecer a concentração e proporcionar um momento de reconexão interior. No ambiente, este é o único local onde estamos totalmente a sós. Mais do que atender às necessidades fisiológicas, o lavabo se torna um lugar onde o espelho passa a ser um instrumento de empoderamento e autoconhecimento.

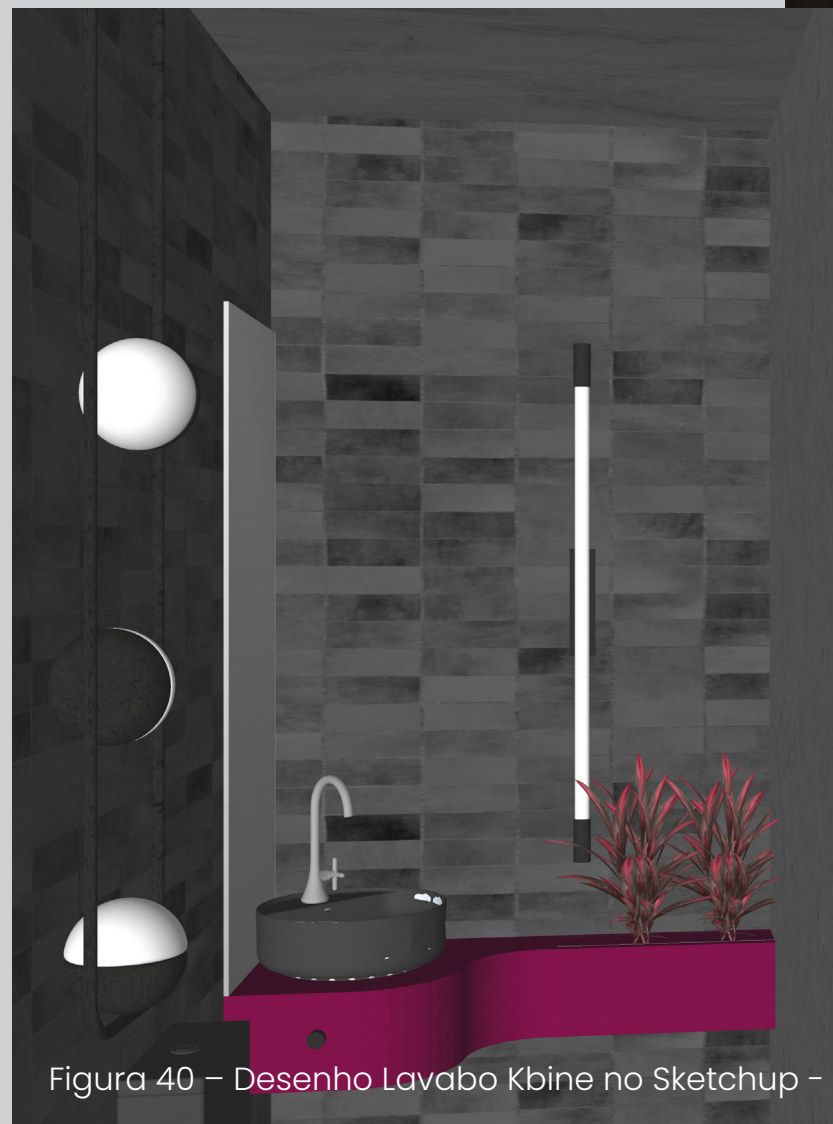


Figura 40 – Desenho Lavabo Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral.

Figura 39 – Gerada por IA (inteligência artificial) a partir do desenho Lavabo Kbine no Sketchup – Fonte: Autoral .



9. Lista de figuras

Figura 1 – Metodologia Double Diamond.
Fonte: Autoral.

Figura 2 – Dois colegas de trabalho do primeiro espaço de coworking.
Fonte: TECHNETBCN. Disponível em: <https://technetbcn.com/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 3 – Trabalhador em espaço coworking.
Fonte: TECHNETBCN. Disponível em: <https://technetbcn.com/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 4 – RD Station: Fachada da sede do escritório.
Fonte: Redação Economia SC. 01 fev. 2024. Disponível em: <https://economiasc.com>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 5 – RD Station: Espaço de descompressão e refeitório.
Fonte: Glassdoor. Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 6 – RD Station: Espaço de descompressão, cozinha e refeitório.
Fonte: Glassdoor. Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 7 – Fachada Mindspace Old Street.
Fonte: Mindspace. Disponível em: <https://www.mindspace.me/c/london/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 8 – Segundo piso do Mindspace Old Street.
Fonte: Mindspace. Disponível em: <https://www.mindspace.me/c/london/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 9 – Sofá amplo no segundo piso do Mindspace Old Street.
Fonte: Mindspace. Disponível em: <https://www.mindspace.me/c/london/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 10 – Palestra no segundo piso do Mindspace Old Street.
Fonte: Mindspace. Disponível em: <https://www.mindspace.me/c/london/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 11 – Auditório de shows da Luxor Live.
Fonte: Luxor Live. Disponível em: <https://www.luxorlive.nl/info/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 12 a 15 – Escritório da Luxor Live.
Fonte: Tarkett. Disponível em: <https://professionals.tarkett.com/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 16 – Variações de logo no manual de marca da Komposê.
Fonte: Manual de marca da Komposê.

Figura 17 – Capa do manual de marca da Komposê.
Fonte: Manual de marca da Komposê.

Figura 18 – Moodboard da marca da Komposê.
Fonte: Manual de marca da Komposê.

Figura 19 – Brainstorming no tema do projeto.
Fonte: Autoral.

Figura 20 – Arte Parede 1.
Fonte: Autoral.

Figura 21 – Moodboard Conceitual Kbine.
Fonte: Composição autoral.

Figura 22 – Fachada do local.
Fonte: Google Maps. Av. Silvio Rugani, 230 – Tubalina, Uberlândia. Acesso em: 24 mar. 2025.

Figura 23 – Fachada do local sinalizada.
Fonte: Edição autoral.

Figura 24 – Proposta para fachada Kbine Coworking.
Fonte: Autoral.

Figura 25 e 26 – Vistas 3 e 1 no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 27 – Layout Planta cotada.
Fonte: Autoral.

Figura 28 – Layout Planta humanizada.
Fonte: Autoral.

Figura 29 – Layout Planta setorizada.
Fonte: Autoral.

Figura 30 – Imagem gerada por IA a partir de desenho da copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 31 – Imagem gerada por IA a partir do espaço criativo Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 32 – Desenho 3D: Vista da copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 33 – Imagem gerada por IA: Espaço criativo 2 Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 34 – Desenho do espaço criativo 2 Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 35 – Imagem gerada por IA: Copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 36 – Desenho da copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 37 – Imagem gerada por IA: Canto da copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 38 – Desenho do canto da copa Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 39 – Imagem gerada por IA: Lavabo Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 40 – Desenho do lavabo Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral.

Figura 41 – Desenho espaço criativo Kbine no SketchUp.
Fonte: Autoral

10. Referencias

Livros:

KAPAZ, Jaime. O design e o branding: afetividade e consumo. 2011.

Artigos:

BARCELLOS, E. E. I. Inovação em Design: planejamento e estratégias para um parque tecnológico na região de Bauru-SP. 2016. 187 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2016.

SCHERER, Fabiano de Vargas. Design gráfico ambiental: revisão e definição de conceitos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN (P&D DESIGN), 2014, Gramado.

CAPDEVILLA, Ignasi. Knowledge dynamics in localized communities: Coworking spaces as microclusters. 2014.

Sites:

COWORKING BRASIL. O que é coworking. 2024. Disponível em: <https://www.coworkingbrasil.org/>. Acesso em: 02 maio 2025.

MINDSPACE. A história do coworking. Disponível em: <https://www.mindspace.me/>. Acesso em: 02 maio 2025.

GLASSDOOR. Página inicial. Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

LUXOR LIVE. Página oficial. Disponível em: <https://www.luxorlive.nl/>. Acesso em: 02 maio 2025.

TARKETT. Página oficial. Disponível em: <https://tarkett.com.br/>. Acesso em: 02 maio 2025.

IMÓVEL GUIDE. Página oficial. Disponível em: <https://imovelguide.com.br/>. Acesso em: 02 maio 2025.

QUINTO ANDAR. Página oficial. Disponível em: <https://www.quintoandar.com.br/>. Acesso em: 02 maio 2025.

Instituições:

DESIGN COUNCIL (Reino Unido). The Double Diamond design process. 2005. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk>. Acesso em: 02 maio 2025.

ADG BRASIL – Associação dos Designers Gráficos. Design total.

Podcast:

DANTAS, Tay. Como você fez isso? Podcast. 2024. Disponível em: <https://youtu.be/3idB8HA36sQ?si=kskPu-ENs5-lk8td>

Documentos internos:

KOMPOSÊ. Manual de marca.2025.

11. Agradecimentos finais

Durante toda a minha jornada como estudante da UFU, enfrentei uma grande batalha contra a ansiedade e as inseguranças. Por isso, em primeiro lugar, agradeço a Deus por ter me sustentado até aqui, por ter me concedido amor e alegria em meio às adversidades.

Agradeço aos meus pais, Valdir e Adriana, por todo o apoio, incentivo e por acreditarem nos meus sonhos, mesmo quando isso significou estar em outra cidade e longe de casa. Sou grata à minha família, especialmente aos meus tios Rita de Cássia, Jefferson e Valdinei, que contribuíram financeiramente para que eu pudesse permanecer em Uberlândia. Sem vocês, a realização desse sonho da graduação não teria sido possível.

Ao meu orientador, Juscelino Machado, agradeço pela paciência e pela confiança, mesmo após duas desistências minhas. Obrigado por acreditar no meu potencial e nas minhas capacidades como designer.

Agradeço também à Komposê, por todas as informações fornecidas e pelo apoio essencial na construção deste projeto.

E, por fim, deixo minha gratidão aos amigos e à Juventude One, que participaram das etapas de brainstorming e me incentivaram em cada fase deste trabalho.