

## HOME OFFICE: O FUTURO DO MERCADO DE TRABALHO

Lilian Grasielle Sobral Aubim<sup>1</sup>  
Maria Valéria Rocha de Oliveira Fameli<sup>2</sup>  
Patrícia Zavorne Heyn Silva<sup>3</sup>  
Rafaela Carolina Rodrigues<sup>4</sup>  
Mara Rúbia Muniz Monteiro<sup>5</sup>

### RESUMO

Este trabalho apresenta uma síntese de como funciona o *home office*, com o objetivo de verificar a possibilidade de inclusão dessa rotina nas empresas de contabilidade, ou até mesmo empresas de outros setores da economia, criando assim, um manual de orientação para que a alta administração analise se este processo pode ou não ser usados na sua empresa, assim como, mostrar vantagens e desvantagens de sua utilização, levando em consideração que empresas internacionais e nacionais estão aderindo cada vez mais este método de trabalho, sendo portanto, um modelo empresarial cada vez mais adotado na atualidade. Devido a globalização e aumento da utilização de serviços terceirizados, que acaba mudando o perfil do emprego e muitas vezes o local de trabalho, o *home office* é uma expressão inglesa que traduzindo significa “trabalho em casa”, ou seja, o trabalho profissional é desenvolvido em ambientes diferenciados e que compartilham a infraestrutura do ambiente doméstico, permitindo que o trabalhador mantenha contato direto e permanente com colegas de trabalho e mesmo com superiores, podendo receber instruções mesmo não estando na sede da empresa. Isso se torna cada vez mais viável graças às novas tecnologias existentes no mercado. A principal vantagem de se utilizar o *home office* é sem dúvida o conforto, além de o trabalhador não precisar enfrentar trânsito, economizar gastos com aluguel, energia, telefone e funcionários mais motivados, pois estes conseguem ter maior presença no cotidiano de suas famílias, melhorando também a qualidade de vida. Para utilização deste modelo, a empresa precisa deixar claro seu objetivo e o trabalhador deve manter o foco, mesmo longe no ambiente do escritório.

Palavras-chave: *Home Office*. Novo conceito empresarial. Contabilidade.

### ABSTRACT

This paper presents a synthesis of how the home office works, in order to verify the possibility of including this routine in accounting companies, or even companies in other sectors of the economy, thus creating a guidance manual for senior management. analyze whether or not this process can be used in your company, as well as show advantages and disadvantages of its use, taking into consideration that international and national companies are increasingly adhering to this method of work, being therefore a business model increasingly most adopted today. Due to globalization and increased use of outsourced services, which ends up changing the

---

<sup>1</sup> Cursando Bacharelado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Opet.

<sup>2</sup> Cursando Bacharelado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Opet.

<sup>3</sup> Cursando Bacharelado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Opet.

<sup>4</sup> Cursando Bacharelado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Opet.

<sup>5</sup> Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná.

job profile and often the workplace, the home office is an English expression meaning "work at home", ie professional work is developed. in different environments that share the infrastructure of the home environment, allowing the worker to maintain direct and permanent contact with co-workers and even superiors, being able to receive instructions even when not at the company's headquarters. This becomes increasingly viable thanks to new technologies in the market. The main advantage of using the home office is undoubtedly comfort, and the worker does not have to face traffic, save expenses on rent, energy, telephone and more motivated employees, because they can have a greater presence in the daily lives of their families, improving also the quality of life. In order to use this model, the company needs to make its objective clear and the employee must stay focused even away from the office environment.

Keywords: Home Office. New business concept. Accounting.

## INTRODUÇÃO

Devido a evolução do mercado de trabalho, as organizações cada vez mais estão procurando estabelecer metas maiores para atingir seus objetivos, no entanto, para conduzir tal desempenho, buscam profissionais que estejam atentos às mudanças do mercado, pois acreditam que através de colaboradores com o perfil diferenciado, encontrarão mecanismos para desenvolver e atingir seus objetivos, conseqüentemente, com o aumento de pressão por resultados, responsabilidades e atribuições a cada empregado, houve um aumento do estresse, depressão, licenças temporárias, além de aumento dos custos por parte das empresas, com mais assistência médica e tratamento da saúde emocional de seus empregados. Além de aumentos de custos internos, com aluguel de espaço físico, contratação de empregados substitutos, que com o passar do tempo vão aumentando conforme ordem natural da economia, as empresas buscam alternativas de otimizar seus processos de forma que não comprometa suas atividades.

De acordo com Batista, Antunes e Lizuka (2012) as organizações contemporâneas buscam a qualidade dos seus serviços e produtos para se manterem no mercado competitivo e globalizado, apostando no capital humano como seu diferencial. O *home office* de ser uma forma de inovar o mercado de trabalho e buscar novas alternativas e formas de ganhos para as empresas, funcionários e meio ambiente. A importância principal de uma empresa utilizar o *home office* é a redução de custo, que pode ser um diferencial em meio a concorrência do mercado. A empresa utilizada como base desse mercado é a Votorantim Cimentos, que já utiliza o *home office* em várias funções da empresa, com grande sucesso.

Nos dias atuais, há um gasto considerável dos funcionários ao se deslocarem de suas casas para o trabalho, gastos com combustível, tempo em trânsito e a diminuição da qualidade de vida desse funcionário. Ao utilizar essa flexibilidade no ambiente de trabalho, pode-se trazer mais produtividade, onde a maior parte da população já utiliza meios eletrônicos e aparelhos pessoais como ferramenta de trabalho e a adaptação é facilitada, menos carros nas ruas diminuem a poluição, menos tempo no trânsito e mais foco no trabalho. Pode-se considerar muitas vantagens no uso de *home office*, tanto para as empresas, como para os funcionários, devido a horários diferenciados que possibilitarão a participação mais

ativa de pessoas com deficiência, mulheres donas de casa, e até mesmo idosos, redução ou eliminação do tempo perdido no trânsito, diminuição de casos de afastamentos por depressão e estresse no trabalho, além da possibilidade de ganho na imagem da empresa como uma empresa social, que presa pela qualidade de vida e por consequência, a redução de custos fixos e operacionais e profissionais mais engajados no trabalho. As desvantagens do *home office* também são claras e devem ser muito bem administradas pela empresa.

Segundo Jackson (1999), mesmo com toda a tecnologia, o trabalho virtual não consegue captar confiança nesses relacionamentos. Mann, Varey e Button (2000) concordam que a comunicação somente virtual pode ser mais flexível, porém a expressão de sentimentos fica nula, diminui a intimidade e impede o estreitamento das relações de amizade entre colegas de trabalho. Existem alguns prejuízos trabalhistas que podem prejudicar o trabalhador, mas que podem ser evitados pela empresa e empregado com um bom conceito de como a empresa utilizará o *home office*, para que os funcionários possam se adaptar e ter a disciplina necessária para desempenhar suas atividades, desta forma, os ganhos serão maiores que os prejuízos que poderão ocorrer.

Do exposto, o presente trabalho, visa analisar as possibilidades de aplicação do modelo *home office* para o setor contábil, para que seus gestores possam se basear nas informações fornecidas, e com isso avaliar se o *home office* será viável para sua empresa, de que forma poderá ocorrer sem prejuízos nas atividades seja financeira de recursos humanos. Na especificidade dos objetivos busca-se indicar que o método de trabalho pode ser o ponto de equilíbrio entre a qualidade de vida de funcionários, unindo ao bom desempenho de produção para a organização no cenário atual do mercado de trabalho, como conceito de trabalho, pois o mercado muda e esse conceito já é real para muitas empresas, o objetivo é levar as empresas a analisar as novas tendências de trabalho e assim, gerar mais produtividade, funcionários mais felizes e engajados no trabalho.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Com a finalidade de instruir os gestores de todas as vantagens e desvantagens do *home office*, optou-se por desenvolver uma análise baseada em pesquisas bibliográficas, análises estatísticas, estudos de casos com aplicação de questionários. A Metodologia adotada será com empresas que já utilizam o *home office* em seus escritórios, quais são os conceitos que regem essa forma de trabalho e quais são os ganhos para as empresas e funcionários, Mello (1999); Rosenfield e Alves, (2005) definem o assunto como: O *home office* pode ser visto como uma forma de flexibilização, abrangendo três dimensões, onde a primeira seria o local, pois não existe mais um único local e sim vários locais onde o funcionário poderia exercer a sua função; a segunda dimensão está exatamente na flexibilização do horário de trabalho ou do tempo que o funcionário pode se dedicar a tarefa, e terceira dimensão relaciona-se com o meio de comunicação, uma vez que os dados e informações podem circular através de e-mails, internet, redes sociais, telefones, entre outros. Através do estudo de outras empresas que utilizam esse novo conceito, será possível definir uma melhor forma de implantar esse método em empresas que ainda não o

utilizam, dimensionando os ganhos que a empresa e funcionários poderão ter ao adotar o *home office*.

## MAPA DA EMPATIA - PERSONA

O estudo para viabilização de *home office* como inovação para as empresas será iniciado primeiramente com a definição da Persona, segundo MARTINS (2019), a persona é diferente de público-alvo, pois é a representação semifictícia do seu cliente ideal. A criação é baseada em dados reais sobre características que o seu público apresenta, mas é uma pessoa imaginada. Ela é mais específica, humanizada, personalizada e tem características muito mais conclusivas e detalhadas. Para essa definição de Persona, será utilizada o mapa da empatia, para que através dele, seja possível conhecer e criar uma persona para o presente trabalho, pois o conhecimento do nosso público trará assertividade em toda comunicação e formas de atingi-lo.

O projeto se destina a empresas de médio e grande porte, com mais de 200 funcionários, que estejam situadas na cidade de Curitiba - PR e na região metropolitana, empresas de diversos ramos, que mantenham atividades em sedes administrativas, comerciais e jurídicas, e que tenham o horário comercial como padrão de trabalho.

### Construção do Mapa de Empatia

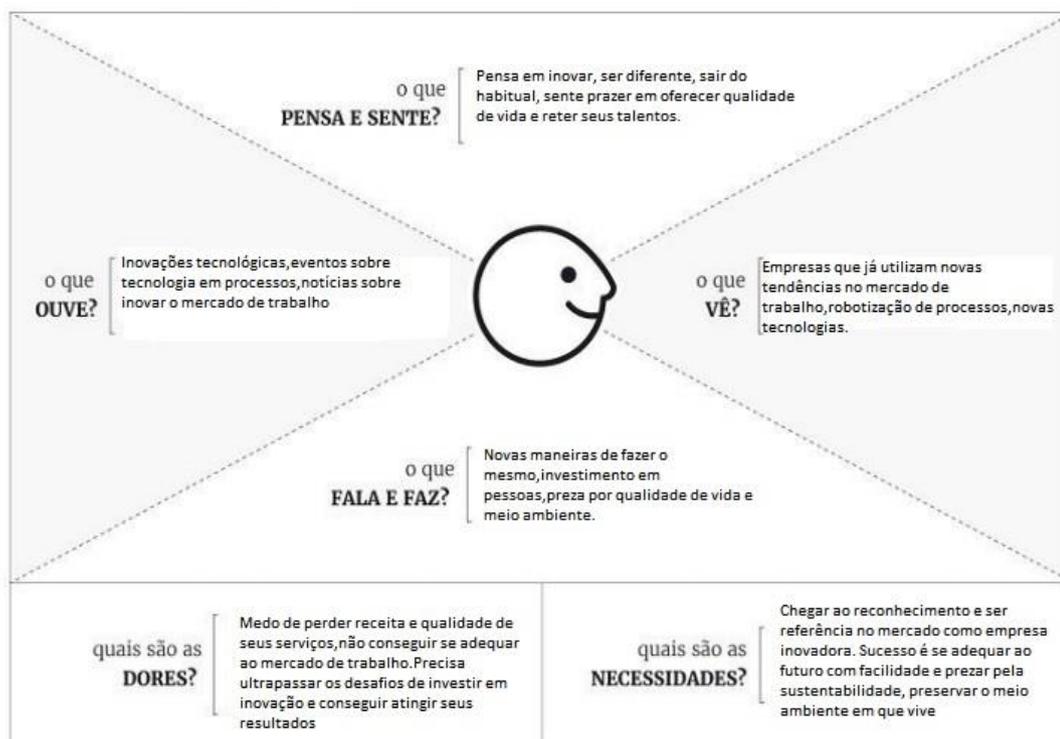
Abaixo seguem as perguntas chaves com suas orientações.

- ✓ O que pensa e sente?  
Empresas que estejam abertas à inovação na forma de trabalhar, que sintam necessidade de sair do habitual com novas oportunidades de fazer o mesmo de forma diferente, sentem prazer em oferecer qualidade de vida aos seus funcionários e ser vista como empresa inovadora e boa de se trabalhar, que procurem reter seus talentos e sintam quem precisam manter programas de conscientização social e ambiental para incentivar seus funcionários.
- ✓ O que houve?  
Programas de Inovações tecnológicas no mundo corporativo, participam de eventos sobre tecnologia, buscam notícias e produtos que facilitem e otimizem suas atividades, empresas que almejam por mudanças em seus processos e na forma de desenvolver suas atividades. Ouvem palestras, podcasts sobre novas tecnologias no mercado corporativo.
- ✓ O que vê?  
Outras empresas que já aderiram o *home office* e otimizam suas atividades, veem oportunidades para utilizar as novas tendências do mercado de trabalho, empresas que investem em processos de robotização e estudam projetos para investimentos em novas tecnologias do mundo corporativo e principalmente na área de recursos humanos. Empresas que estão vendo a necessidade de se adequar a um novo estilo de trabalho através das mudanças ocorridas no mercado através da tecnologia.

- ✓ O que fala e faz?  
Empresas que participem de eventos sobre novas tendências de mercado, eventos voltados para área de recursos humanos e busquem melhorias na forma de interação de seus funcionários, empresas que tenham canais de comunicação aberto com o funcionário que busquem novas maneiras de interagir com os colaboradores, façam incentivo para melhorar a qualidade de vida, que façam programas de incentivo para diminuição das agressões ao meio ambiente.
- ✓ Quais são suas dores?  
Receio em perder receita e qualidade de serviços, não conseguir se adequar ao novo mercado de trabalho, não cumprir suas demandas e prazos com seus clientes, e desta forma gerar insatisfação e reclamações. A empresa precisa ultrapassar o desafio de implementar novos processos e garantir resultados, investir tempo de adaptação para conseguir atingir a mesma qualidade de serviços praticando o *home office*, e trabalhar com a incerteza da adaptação a um novo conceito por seus funcionários.
- ✓ Quais são a necessidades?  
Empresas que necessitam chegar à solidez de mercado, ter uma marca reconhecida, respeitada pelos clientes e funcionários e ser referência em suas atividades, e para tais empresas, o sucesso é ser vista como empresa que inova, que se adequa ao futuro com facilidade, que retém talentos, que pensa no futuro sustentável, que preza pelo meio ambiente em que vive, que busca por melhorias contínuas e que acompanha o desenvolvimento tecnológico da atualidade.

**Figura 1 – Mapa de Empatia**

NOME - EMPRESAS DE MÉDIO E GRANDE PORTE, QUE POSSUAM SEDES ADMINISTRATIVAS EM DIVERSOS RAMOS DE ATUAÇÃO

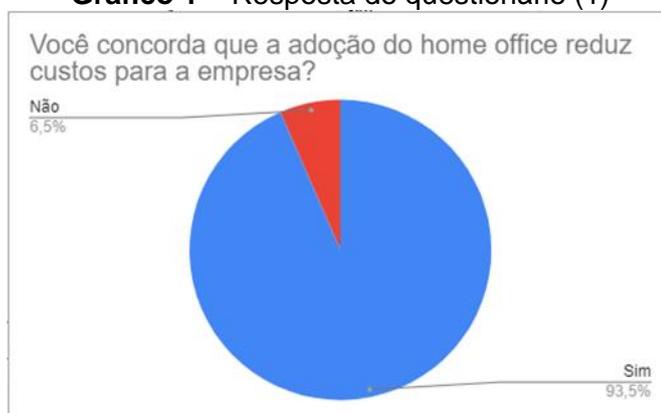


Fonte: Autoras, 2019.

## PESQUISA COM O PÚBLICO

Para este trabalho, partiu-se de uma análise baseada no método qualitativo sobre como o *home office* pode ser usado em empresas. Os pesquisados foram profissionais da área. A metodologia utilizada na presente pesquisa consiste na aplicação, através da plataforma *Google Forms*, de um questionário à indivíduos de 21 a 60 anos que compõem a população economicamente ativa. Tal questionário é composto por duas perguntas que têm como respostas possíveis “sim” e “não”, sendo elas: Você concorda que a adoção do *home office* reduz custos para a empresa? Se você fosse um empresário, você adotaria *home office* em sua empresa? Você acredita que a empresa que trabalha com *home office* pode aumentar a sua produtividade? A partir das respostas da população, analisar-se-á a aceitação e a viabilidade da utilização do *home office* nas empresas hodiernas.

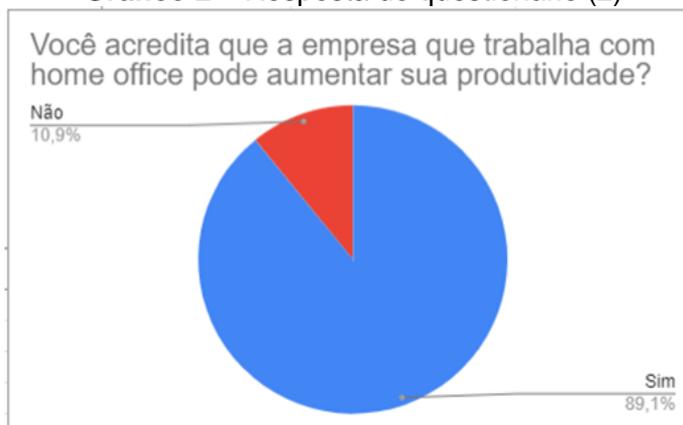
**Gráfico 1 – Resposta do questionário (1)**



Fonte: Autoras, 2019.

No gráfico 1 percebe-se que a grande maioria da população acredita que o *home office* reduz os custos fixos da empresa, sendo 93,5% optando pelo sim, reduz custos e 6,5% pelo não.

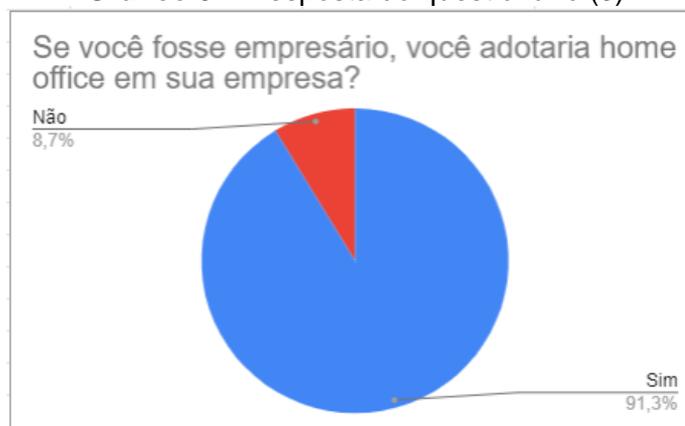
**Gráfico 2 – Resposta do questionário (2)**



Fonte: Autoras, 2019.

No gráfico 2 percebe-se que a grande maioria da população acredita que o *home office* pode aumentar a produtividade da empresa, sendo 89,1% optando pelo sim, pode aumentar a produtividade e 10,9% acredita que não aumenta produtividade.

**Gráfico 3 – Resposta do questionário (3)**



Fonte: Autoras, 2019.

No gráfico 3 percebe-se que a grande maioria da população acredita que adotaria o *home office* em sua empresa, sendo 91,3% optando pelo sim adotaria o *home office* e 8,7% pelo não adotaria.

A análise dos gráficos obtidos a partir do formulário aplicado à população, permite concluir que *home office* tem notória aceitação do público geral.

## **CANVAS BMG: DESCRITIVO**

O BMG Canvas é uma ferramenta que auxilia o empresário a elaborar o plano de negócios da empresa. No caso das empresas que vão introduzir o *home office* em sua organização. Abaixo segue descritivo.

- ✓ Segmentos de clientes: a fatia de mercado que deverá ser abordada serão as empresas tanto de médio e grande porte e até mesmo aquelas iniciando no mercado, visto que esta ferramenta trará economias para organização.
- ✓ Proposta de valor: os diferenciais de uma empresa que utiliza o *home office* são inúmeros, pois é evidente a melhoria da qualidade de vida dos empregados que além de não precisarem enfrentar trânsito e dispensar tempo com deslocamentos, podem passar mais tempo com suas famílias, e isso pode gerar aumento da produtividade, afinal, empregados motivados, produzem mais, além da diminuição dos custos fixos da empresa, como conta de água, luz, telefone, transporte e materiais de expediente.
- ✓ Recursos principais: O diferencial do uso do *home office* inclui a facilidade de comunicação com os clientes, que pode ter horário estendido e facilidade de interação, até para empresas de outras cidades ou até mesmo outros países.
- ✓ Parcerias principais: A rede de fornecedores e parceiros podem ser: empresas de informática, de *home office*, além de empresas consultoria especializada em Recursos Humanos.

- ✓ Canais: Para comunicar-se com os clientes, a empresa que utiliza o *home office* pode fazer além do atendimento físico, atendimento via chat na internet em tempo real e atendimento telefônico, dando amparo ao cliente em tempo integral, gerando confiança e segurança.
- ✓ Relacionamento com clientes: O *home office* permite uma motivação melhor dos empregados, gerando assim um melhor tratamento do empregado com o cliente, além da qualidade dos serviços e preços mais atraentes, visto que a economia nos custos fixos, permite que a empresa consiga diminuir o preço final de produtos e serviços prestados.
- ✓ Estrutura de Custos: Os maiores custos são com sistema de informatização, internet, manutenção desses sistemas e treinamento dos empregados, que precisam entender muito bem o funcionamento e regras do trabalho em casa.
- ✓ Fontes de receitas: A principal vantagem de se adotar o *home office* é a economia de custos fixos e maior produtividade dos empregados, gerando assim, maior lucratividade e receita para empresa.

De acordo com Machado *et al* (2016, [n.p]) essa ferramenta CANVAS, “pode contribuir para a organização realizar uma avaliação das diferentes áreas e suas interações e, principalmente, estruturar seus recursos e processos para atender a demanda dos clientes”.

**Figura 3 – Canvas**

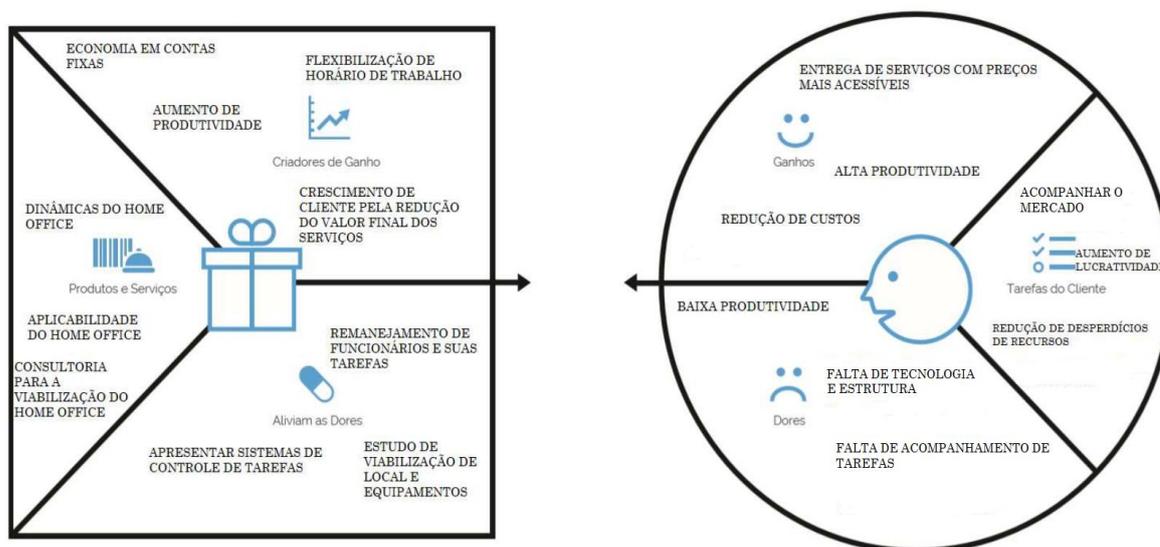
CANVAS - HOME OFFICE			
SEGMENTOS DE CLIENTES	PROPOSTA DE VALOR	PARCERIAS PRINCIPAIS	RELACIONAMENTO COM CLIENTES
Empresas de grande, médio e pequeno porte.	Melhor qualidade de vida dos funcionários	Empresas de serviços de informática	Empregados motivados tratam melhor os clientes.
Micro empresas.	Maior produtividade dos empregados	Empresas de home office	Tratamentos com hora agendada, evitando atrasos e aborrecimentos.
Empreendedores que estão iniciando a abertura da empresa e com pouco capital de investimento.	Aumento da produtividade de empresa	Empresas de terceirização	Alta qualidade nos serviços prestados.
Empresas com alto custo de pessoal.	Diminuição de custos fixos da empresa	Empresas de consultoria empresarial	Fácil contato com funcionários
	RECURSOS PRINCIPAIS	CANAIS	Preços atraentes.
	Atendimento físico	Site da empresa	
	Atendimento online	Chat de dúvidas	
	Atendimento telefônico	Recepção física da empresa	
	Chat de contato em horário estendido	Telefone de contato	
		Empresa de suporte de informática	
		Celular	
ESTRUTURA DE CUSTOS		FONTES DE RECEITAS	
Sistema de dados que possibilite o funcionário a trabalhar a distância.		Economia com pessoal de trabalho	Maior rendimento do trabalhador
Manutenção da plataforma tecnológica da empresa	Treinamento de funcionários	Menor gasto com aluguel, água e luz	Menor gasto com horas extras
Custo de inclusão do home office nas áreas	Treinamento com a empresa de informática	Menor gasto com transporte de funcionários	Menor gasto com licenças por doenças
		Aumento da lucratividade da empresa	

Fonte: Autoras, 2019.

## CANVAS: ESPECIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE VALOR

Segundo análise de Osterwalder (2014), a Proposta de Valor tem como objetivo apresentar o conjunto de produtos e serviços que criam e agregam valor ao cliente, tendo como ferramenta, perguntas para verificar quais propostas a empresa apresenta para diminuir ou até mesmo solucionar problemas que o cliente apresenta. O Canvas exibido foi desenvolvido voltado para as empresas de médio e grande porte, tendo como principal objetivo, verificar as possibilidades da aplicação do *home office* junto às solicitações dos clientes.

**Figura 2 – Mapa de Empatia**



Fonte: Autoras, 2019.

Não sendo estabelecido um ramo de atividade a serem aplicados os métodos do *home office*, desta forma, o VPN apresenta um perfil geral de empresas que estão hoje no mercado. O mapa foi desenvolvido inicialmente pelas “tarefas do Cliente” sendo a redução de custos e manter sua relevância junto às novidades que vem surgindo no mercado de trabalho.

O *home office*, se tornou uma realidade com o alto desenvolvimento da tecnologia, aumentando o interesse das empresas em acompanhar as possibilidades de trabalho junto aos colaboradores e com isso, dirigindo-se à redução de despesas e custos. Definindo as tarefas, podemos confirmar os serviços, que serão consultorias para viabilizar e aplicar o *home office* de acordo com a necessidade de cada ramo de atividade. Tendo em vista que não serão fixadas em apenas um ramo, as dores que poderão ocorrer de um modo geral é a baixa produtividade devido a fatores internos e externos, falta de tecnologia e estrutura, pois nem todos os colaboradores têm acesso à tecnologia ou um local apropriado para trabalho além do acompanhamento das tarefas realizadas.

Assim, para aliviar as dores, a aplicação do *home office* será feita com um estudo de possibilidades junto às empresas e seus funcionários para verificar os equipamentos de trabalho, assim como, um sistema que irá controlar os horários e suas rotinas, para manter a motivação e a produtividade, desta forma pode-se reduzir gastos com alugueis e outras despesas de funcionalidades da sede física da empresa. Com isso, podemos oferecer os ganhos como economia com *facilities*, uma melhoria na flexibilização dos horários, tornando a empresa um atrativo para novos colaboradores. Com a diminuição dos gastos, o valor final dos produtos e serviços poderá ser repassado ao consumidor, aumentando a lucratividade.

## **APLICAÇÃO DO HOME OFFICE**

Abaixo seguem as questões orientadoras.

- ✓ Porque escolheu tal parceiro, por que a sua fonte de receita é essa apenas? O *home office* foi escolhido como um sistema parceiro da empresa, ou seja, um aliado para redução de custos e se tornando um serviço diferencial de destaque em meio a concorrência. Como os custos das organizações que aderem esse sistema reduzem drasticamente, em consequência a receita da empresa sobe.
- ✓ Por que o segmento de clientes é esse? O segmento de clientes abrange empresas tanto de médio e grande porte e até mesmo aquelas iniciando no mercado, visto que esta ferramenta trará economias para organização e é de fácil utilização, pode ser incluída nos variados tipos de empresas existentes no mercado.
- ✓ Por que a inovação é essa e atende como as dores dos clientes e etc.? O *home office* é cada vez mais utilizado pelas empresas, por gerar economia de gastos para a empresa e, também, benefícios aos funcionários, que acabam tendo uma rotina mais tranquila e menos estressante. Com esses benefícios, a empresa se torna mais saudável, internamente falando.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os estudos, podemos concluir que o sistema *home office* é uma das mais modernas formas de trabalho da atualidade, trazendo benefícios para a empresa, seus funcionários e a comunidade em geral. Com certeza é uma tendência futura das empresas optarem pelo *home office*, será só uma questão de tempo para adequarem as rotinas internas e utilizarem o sistema.

## REFERÊNCIAS

BATISTA, M. B.; ANTUNES, L. C.; LIZUKA, E. S. Qualidade de vida no trabalho e a produção acadêmica. In: **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

JACKSON, P. ***Virtual working: social and organizational dynamics***. London, UK: Routledge, 1999.

MANN, S.; HOLDSWORTH, L. *The psychological impact of teleworking: stress, emotions and health*. ***New Technology, Work and Employment***, v.18, n.3, p. 196-211, nov. 2003.

MACHADO, E. C. *et al.* A Utilização Conjunta dos Modelos de Gestão Canvas e BSC como Subsídios para o Desenvolvimento dos Objetivos Estratégicos e de um Sistema de Medição de Desempenho: o caso de uma Incubadora Tecnológica. In: **Anais...** 5º Fórum Internacional ECOINOVAR, Santa Maria, p.1-16, ago. 2016. Disponível em: <http://ecoinovar.com.br/cd2016/arquivos/artigos/ECO1150.pdf>>. Acesso em: 28 de julho de 2017.

MARTINS, F. **Diferença entre público-alvo e persona**. 2019. Disponível em: <https://www.odiariodemogi.net.br/diferenca-entre-publico-alvo-e-persona/>. Acesso em: 14 de agosto de 2019.

MELLO, A. A. A. **Teletrabalho (Telework):** O Trabalho em Qualquer Lugar e a Qualquer Hora. São Paulo: Qualitymark, 1999.

OSTERWALDER A.; Bernarda G; PIGNEUR, Y. Smith A. **Criar proposta de Valor.** São Paulo: Alta Books Editora, 2014.

ROSENFELD, C. L.; ALVES, D. A. de. Autonomia e trabalho informacional: o teletrabalho. **Revista de Ciências Sociais**, v. 54, n. 1, p. 207-233, 2011.

VAREY, R.; BUTTON, W. *An exploration of the emotional impact of teleworking via computer-mediated communication.* **Journal of Managerial Psychology**, v. 15, n. 7, 2000.