

Aplicação Prática da Administração na Economia Global

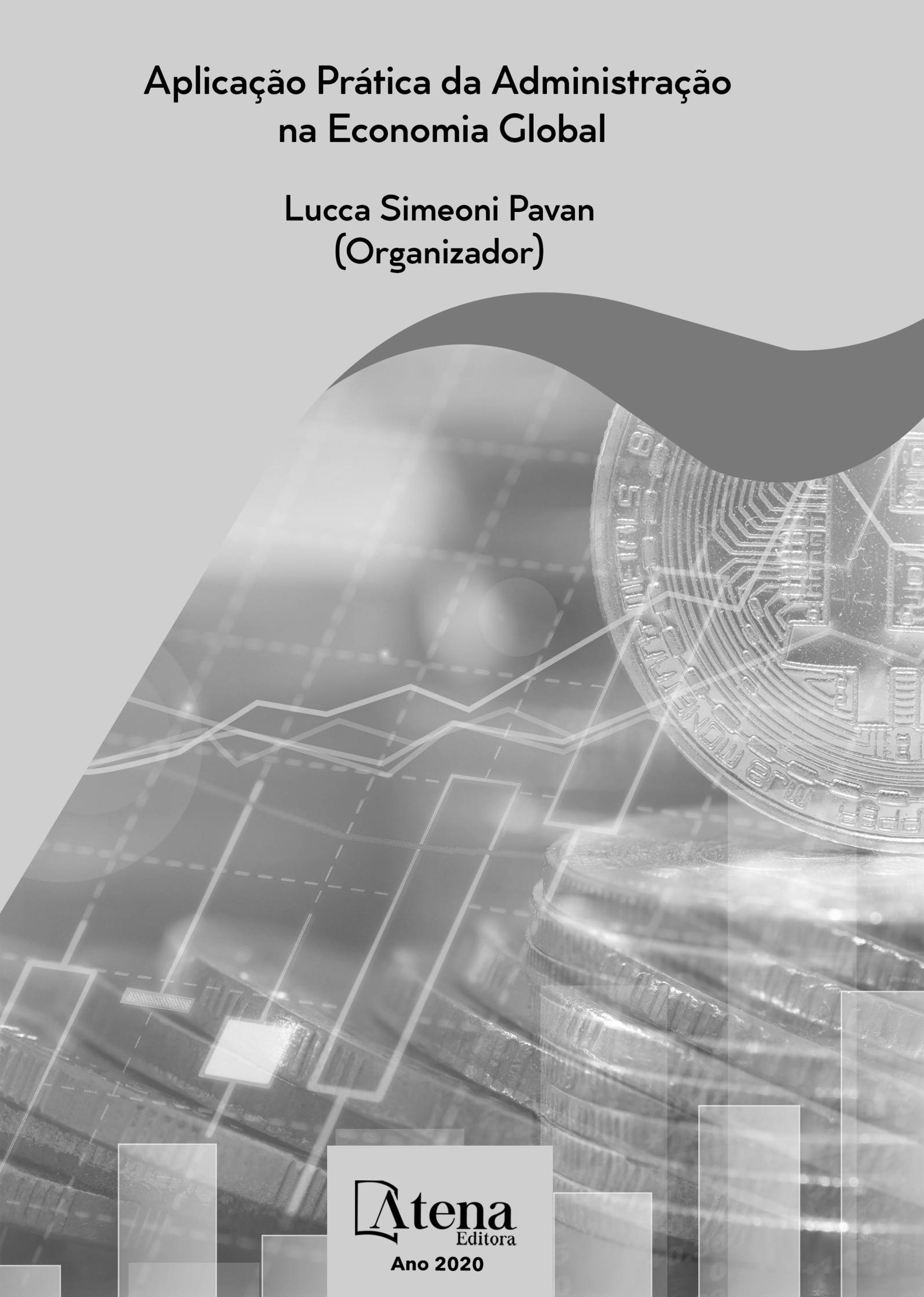
Lucca Simeoni Pavan
(Organizador)



Atena
Editora
Ano 2020

Aplicação Prática da Administração na Economia Global

Lucca Simeoni Pavan
(Organizador)



Atena
Editora
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Karine de Lima

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

A642 Aplicação prática da administração na economia global [recurso eletrônico] / Organizador Lucca Simeoni Pavan. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2020.

Formato: PDF
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-85-7247-927-1
 DOI 10.22533/at.ed.271201701

1. Administração de empresas. 2. Economia. 3. Globalização.
I.Pavan, Lucca Simeoni.

CDD 658.812

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Duas características marcantes dos livros de divulgação acadêmica, publicados pela Editora Atena, são a pluralidade de temas e a interdisciplinaridade apresentada em suas coletâneas. Este novo livro intitulado “Aplicação Prática da administração na Economia Global” é o seu mais novo exemplar que não foge às características citadas acima.

Os artigos que o leitor encontrará nesta nova publicação abordam diversos temas da administração e suas aplicações às mais variadas situações. Inicialmente, são apresentados artigos que tratam da administração aplicada às empresas privadas. Entre os objetos de estudos estão empresas do setor de aviação, empresas familiares e do setor de petróleo e gás. Entre os temas destacados estão o investimento em novas unidades, a tecnologia da informação e a cadeia de suprimentos. Este primeiro grupo de artigos possuem temas mais tradicionais e apresentam uma boa referência aos interessados.

Quando falamos em aplicações práticas da administração, os assuntos inovação e empreendedorismo não poderiam ficar de fora. Para enriquecer o conteúdo deste livro, estes temas também foram abordados dentre os artigos, desenvolvendo assuntos contemporâneos como streaming musical, marketing digital, mídias sociais e informalidade.

O assunto “Educação” têm sido bastante discutido recentemente no Brasil. Novas ideias, novos projetos e uma proposta de reestruturação vêm sendo debatida. Neste livro, encontram-se artigos que tratam deste tema por meio de conceitos da administração. Dentre os assuntos deste meio estão as competências gerenciais no contexto educacional, a saúde dos professores e o próprio empreendedorismo no âmbito da universidade pública.

Além dos temas já mencionados, as práticas administrativas também são de extrema importância no setor público. A sociedade clama, cada vez mais, por uma administração pública eficiente, que entregue um serviço de qualidade a um custo adequado. Neste livro, alguns capítulos abordam o tema da gestão pública, incorporando à eles, os conceitos administrativos e as técnicas da administração que auxiliam as instituições públicas a atingirem seu objetivo de eficiência. Podemos encontrar entre os temas específicos da gestão pública abordados aqui, a auditoria e as políticas públicas de saúde.

Espero que os leitores aproveitem a riqueza e a diversidade de temas divulgados neste livro. Certamente terão aqui excelentes referências da aplicação prática da administração, em diversos temas da economia. Temas estes atuais e de extrema importância para a sociedade. As informações apresentadas contribuirão muito para o desenrolar dos debates.

Lucca Simeoni Pavan

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
VALIDAÇÃO DE MODELO RELACIONAL ENTRE ESTILOS DE LIDERANÇA, CARACTERÍSTICAS E TIPOS DE PROCESSO DECISÓRIO: UM ESTUDO COM GESTORES DE EMPRESAS DO SETOR DE AVIAÇÃO EXECUTIVA	
Reginaldo Coimbra Barbosa Zélia Miranda Kilimnik Anderson de Souza Sant'anna	
DOI 10.22533/at.ed.2712017011	
CAPÍTULO 2	14
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E AUDITORIA: MECANISMOS DA GOVERNANÇA CORPORATIVA NA GESTÃO DOS CONFLITO DE AGÊNCIA NAS EMPRESAS FAMILIARES	
Ruan Carlos dos Santos Mário Nenevê Lidinei Éder Orso Henrique de Campos Melo	
DOI 10.22533/at.ed.2712017012	
CAPÍTULO 3	30
ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE INVESTIMENTO APLICAÇÃO DA TEORIA DE OPÇÕES REAIS	
Jeferson Bottoni Silvana Saionara Gollo Sidnei Dal Agnol Angelita Freitas da Silva Eduardo Angonesi Predebon Lidiane Zambenedetti	
DOI 10.22533/at.ed.2712017013	
CAPÍTULO 4	47
ETAPAS DA ENTRADA E PROCESSAMENTO DE PEDIDOS COM O USO DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO	
Murilo Marques Costa Vanessa Bernardo Lima Renata Sousa Nunes Suelen Marçal Nogueira Vinicius de Oliveira Costa Rosimeire de Moraes Oliveira Khezia Almeida Araújo Guimarães Samara Rodrigues Campos Geisenely Vieira dos Santos Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.2712017014	
CAPÍTULO 5	57
PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DE METODOLOGIA KAIZEN EM EMPRESA DO SEGMENTO PETRÓLEO E GÁS	
Anírian Cristiane Unghare Tamires Carvalho Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.2712017015	

CAPÍTULO 6	75
REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA SOBRE GOVERNANÇA NA CADEIA DE SUPRIMENTOS	
Manoel Gonçalves Filho	
Clóvis Delboni	
Reinaldo Gomes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.2712017016	
CAPÍTULO 7	98
INOVAÇÕES DISRUPTIVAS: PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PLATAFORMAS DE STREAMING MUSICAL DA GERAÇÃO Y NA UFRPE-UAST	
André Erick da Silva	
Gabriella Rodrigues Sousa da Silva	
Lucas Ferraz Lourenço	
Maximiliano Wanderley Carneiro da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.2712017017	
CAPÍTULO 8	110
ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL NAS MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE APROXIMAÇÃO ENTRE CLIENTE E EMPRESA	
Dyllmar Alves de Sousa	
Karina da Silva	
Clenio Ferreira de Farias	
Maria Edenilda da Silva Galvão	
Gislaine de Souza dos Santos	
Maria de Fátima Mendes	
Sônia do Socorro Santos	
DOI 10.22533/at.ed.2712017018	
CAPÍTULO 9	121
EMPREENDEDORISMO INFORMAL: UM ESTUDO DA REALIDADE DO MERCADO EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA NO MUNICÍPIO DE MACAÉ RJ	
Anírian Cristiane Unghare	
Michele Vieira Lima Peruzzi Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.2712017019	
CAPÍTULO 10.....	146
COMPETÊNCIAS GERENCIAIS EM ESTUDOS ORGANIZACIONAIS E O CONTEXTO EDUCACIONAL	
Francis de Sousa Fernandes	
DOI 10.22533/at.ed.27120170110	
CAPÍTULO 11	159
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	
Vera Lúcia Cruz	
Luiz Antônio Felix Júnior	
Roberta Lígia Santos de Assis Rodrigues Pinheiro	
Rafael Fernandes de Mesquita	
Wênyka Preston Leite Batista da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.271201701911	

CAPÍTULO 12	172
TRABALHO DOCENTE E ADOECIMENTO: IMPACTOS PSICOSSOCIAIS DO AJUSTAMENTO DE PROFESSORES DA REDE ESTADUAL DE ENSINO	
Cledinaldo Aparecido Dias Maria Vivaldina Rodrigues de Moura Cristh Ellen Ferreira Pinheiro	
DOI 10.22533/at.ed.271201701912	
CAPÍTULO 13	187
“O MONSTRO DE OLHOS ESVERDEADOS”: GESTÃO DA INVEJA EM UMA ORGANIZAÇÃO EDUCACIONAL	
Ricardo Ribeiro Rocha Marques Tairine Vieira Ferraz Carlos Eduardo Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.271201701913	
CAPÍTULO 14	200
INTERFACES DA ACCOUNTABILITY NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BRASILEIRA: ANÁLISE DE UMA EXPERIÊNCIA DA AUDITORIA GERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	
Leonardo da Silva Morais Maria Gracinda Carvalho Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.271201701914	
CAPÍTULO 15	225
POLÍTICA PÚBLICA DE SAÚDE: EXPLORANDO O MODELO DOS MÚLTIPLOS FLUXOS DE KINGDON NA FORMULAÇÃO DO PROJETO TEIAS	
Antonio Lima Ornelas Maria Gracinda Carvalho Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.271201701915	
CAPÍTULO 16	243
GESPÚBLICA E SUA APLICAÇÃO NO ÂMBITO DE GESTÃO DE PESSOAS EM UM ÓRGÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO	
Kevin Ferreira Corcino Marcleide Maria Macêdo Pederneiras	
DOI 10.22533/at.ed.271201701916	
SOBRE O ORGANIZADOR	256
ÍNDICE REMISSIVO	257

INOVAÇÕES DISRUPTIVAS: PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PLATAFORMAS DE STREAMING MUSICAL DA GERAÇÃO Y NA UFRPE-UAST

Data de aceite: 03/12/2019

André Erick da Silva

Universidade Federal Rural de Pernambuco –
Unidade Acadêmica de Serra Talhada
Serra Talhada – Pernambuco

Gabriella Rodrigues Sousa da Silva

Universidade Federal Rural de Pernambuco –
Unidade Acadêmica de Serra Talhada
Serra Talhada – Pernambuco

Lucas Ferraz Lourenço

Universidade Federal Rural de Pernambuco –
Unidade Acadêmica de Serra Talhada
Serra Talhada – Pernambuco

Maximiliano Wanderley Carneiro da Cunha

Universidade Federal Rural de Pernambuco –
Unidade Acadêmica de Serra Talhada
Serra Talhada – Pernambuco

RESUMO: As tecnologias digitais vêm transformando o hábito de ouvir músicas e com isso a indústria fonográfica teve os seus lucros diminuídos de forma notável. A solução mais viável é o streaming musical. O objetivo deste trabalho foi explorar e verificar características e comportamentos dos consumidores de plataformas de streaming musical da Geração Y na UFRPE-UAST. Para identificar o perfil foi aplicado um questionário através de um

link compartilhado nas redes sociais, entre os alunos da UFRPE/UAST. Os dados obtidos foram computados e descritos em uma análise apreciativa para posteriormente serem confrontadas com o material levantado no referencial teórico. Esta pesquisa permitiu gerar uma discussão sobre as experiências de consumo musical no cenário da utilização do streaming de música em plataformas como o Spotify, Apple Music, Google Music e Tidal. Ouvir música em streaming retrata uma nova forma de consumo musical e reforça sua dimensão diante da cultura contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: Perfil de consumidor, inovações disruptivas, serviços de streaming musical e indústria fonográfica

DISRUPTIVE INNOVATION: CONSUMER PROFILE OF STREAMING MUSIC PLATFORMS AT UFRPE- UAST

ABSTRACT: Digital technologies have been transforming the habit of listening to music and as a result the music industry has had its profits significantly reduced. The most viable solution is music streaming platforms. The objective of this study was to explore and verify characteristics and behaviors of consumers of Generation Y streaming music platforms at UFRPE-UAST. To identify the profile, a questionnaire was applied through a shared link on social networks, among the students of UFRPE / UAST. The

data obtained were computed and described in an appreciative analysis to be later compared with the material raised in the theoretical framework. This research led to a discussion about the experiences of music consumption in the scenario of using music streaming on platforms such as Spotify, Apple Music, Google Music and Tidal. Listening to streaming music portrays a new form of music consumption and reinforces its dimension in the face of contemporary culture

KEYWORDS: Consumer profile, disruptive innovation, music streaming services and the phonographic industry.

1 | INTRODUÇÃO

Com o advento da internet e os constantes avanços tecnológicos, os consumidores de conteúdo áudio visual passaram a sentir uma necessidade maior de conforto e facilidade na hora de usufruir de vídeos, filmes e músicas, sendo assim em um passo empreendedor surgiram as plataformas de *streaming* trazendo uma opção para aqueles que buscam tanto lançamentos quanto músicas mais antigas, com um repertório gigantesco esse tipo de comércio se torna mais popular a cada dia.

As plataformas de *streaming* surgiram com o advento da era digital como uma opção de adaptação da indústria fonográfica para novamente atingir cada vez mais e mais consumidores, é imprescindível dizer que a música é importante e comum na vida de muitas pessoas, então aliando o útil ao agradável surgiram assim as plataformas de streaming como: *Napster, Groove Shark, Spotify, Google Play, Tidal, Deezer* e etc...

O comércio de *streaming* pode ser dividido em dois tipos o gratuito e o pago (*premium*) desde que ambos sejam legais perante a lei. O tipo gratuito normalmente tem seu conteúdo disponível reduzido e apresenta propagandas para que os responsáveis pela plataforma tenham lucro e consigam pagar os *royalties* das músicas aos artistas e produtoras. Já o tipo pago (*premium*) diferentemente do gratuito não dispõe de propagandas para se manter, utilizando de uma mensalidade que normalmente custa por volta de 10,99 euros e também tem uma biblioteca musical bem mais diversificada em relação as plataformas pagas. (GOMES, 2015)

Segundo Oliveira (2010) a história da indústria fonográfica ou indústria musical começa com a invenção do fonógrafo por Thomas Edison em 1877 que gravava e reproduzia sons, entretanto o mesmo e suas respectivas evoluções eram muito caros para os consumidores, com isso os constantes avanços levaram a criação do disco plano de Edison que seria o antecessor e base para o famoso disco de vinil.

Com esses avanços a música foi se tornando cada vez mais popular devido o preço dos discos serem relativamente baixos, porém os discos de vinil não conseguiam fazer gravações digitais e sim elétricas, com isso a qualidade do áudio não era boa e a gravação era muito cara, com a necessidade de algo mais simples de se gravar e com baixo surgiram os discos de gravação digital popularmente conhecidos como CD que se tornariam extremamente populares em todo o mundo e tornariam a música ainda

mais acessível a todos.

Entretanto essa acessibilidade levou a um problema muito recorrente que foi a pirataria, por se tornar mais acessível e a gravação dos discos serem mais simples alguns comerciantes começaram a comprar os discos para copiá-los e vender os mesmos por um preço muito menor que o disco original, sendo assim esse tipo de comércio se tornou popular mesmo que seja considerado ilegal.

Para burlar essa pirataria começaram a surgir as primeiras plataformas de *streaming* musical, porém existe um caso inusitado que é o caso do *Groove Shark*, onde os usuários podiam compartilhar todos os arquivos *mp3* que eles dispunham em seu computador, logo o mesmo além de ser gratuito para os usuários que o utilizavam não pagava os devidos *royalties* para as produtoras, e, por isso através de uma decisão judicial os mesmos decidiram fechar a plataforma, baseado nesse evento e vista a popularidade do comércio algumas plataformas legais começaram a surgir como o *Spotify*.

2 | REFERENCIAL TEORICO

2.1 INOVAÇÕES DISRUPTIVAS

Segundo Christensen et al. (2004), inovações disruptivas de novos mercados ocorrem quando os produtos já comercializados nos mercados existentes limitam o próprio mercado por esses terem uma configuração inconivente e as inovações disruptivas vem com o papel de tornar esses mercados mais acessíveis. Christensen e Raynor (2003 apud Cândido, 2011) relatam que a priori que os produtos postos em comercialização pelas companhias de inovações disruptivas de novos mercados não têm a mesma qualidade de atributos, como, por exemplo, conveniência quando comparadas aos mercados já existentes, porém oferecem melhorias em novos atributos, além de democratizar o consumo de produtos que antes estavam fora do poder aquisitivo de determinados nichos.

A inserção da internet no contexto musical afetou o ciclo de produção fonográfica, porque derrubou as barreiras tecnológicas e financeiras e aumentou a diversificação dos meios de distribuição.

A criação da napster, que foi um site na rede mundial criado por um jovem americano de vinte anos de idade, shawn fanning, para usuários compartilharem arquivos de música em *mp3*, sem ter que pagar nada por esse feito, se tornou um marco na forma como a música é consumida (Castro, 2001).

Se antigamente era necessário esperar o CD do seu artista favorito ser lançado, ir até a loja e desembolsar dinheiro para adquiri-lo com o advento da Napster você poderia ter esse mesmo CD em questão de minutos, gratuitamente, tocando nas caixinhas de som do seu computador pessoal.

A indústria fonográfica teve os seus lucros, até em então constantes, diminuídos

de uma forma absurda e diante dessa nova realidade procurou maneiras de contornar esse novo modelo de compartilhamento de músicas. A solução que vem se mostrando mais viáveis é o *streaming* musical.

Streaming, segundo Souza (2011), é uma forma de distribuição de informação que possibilita escutar e visualizar arquivos de som e imagem de forma mais rápida, pois não há necessidade de fazer o *download* do arquivo. Através do *streaming* o usuário pode visualizar enquanto ele é enviado a partir de um servidor central. Após a visualização ou execução, o arquivo não estará armazenado no equipamento do usuário, porém sempre se encontrará disponível desde que o usuário esteja conectado à internet. É notório afirmar que as plataformas de *streaming* ganharam mais popularidade devido à democratização dos smartphones e computadores assim como o advento da internet móvel de baixo custo e a popularização do formato MP3.

Segundo Gomes *et al.* (2016), a Geração Y é composta por indivíduos nascidos entre 1984 e 2002 e que devido a conjuntura social, econômica e cultural de grandes transformações entre elas o fato de ter crescido com computadores dentro de casa e ter um acesso demasiado a internet. Essa geração testemunhou seus pais comprarem os últimos discos de vinil, os irmãos mais velhos comprarem as primeiras fitas cassetes, compraram os primeiros *CD's*, descobriram a facilidade de conseguir música através de *downloads* ilegais e hoje vivenciam a música através de plataformas de *streaming*.

Segundo Teixeira e Pinheiro (2016), é de fácil compreensão o fato de não podermos tratar o mercado de plataformas de *streaming* musical como um estudo de caso mundial, pois generalizar o consumo de música seria o mesmo que afirmar que toda a população tem um só gosto para música, ainda que não precisemos ir longe para percebermos que as preferências de gênero, ritmo e estilo mudam a cada região dentro do próprio país, todas as plataformas de *streaming* disponibilizadas no Brasil têm particularidades em cada país que atuam. As plataformas de maior relevância que atuam no Brasil serão apresentadas a seguir.

2.2 AS PLATAFORMAS DE STREAMING OPERANTES NO BRASIL

2.2.1 SPOTIFY

Teixeira e Pinheiro (2016) relatam que o *Spotify* foi criado em 2006 e lançado na Suécia e que apesar da sua chegada tardia ao Brasil, fato ocorrido somente em 2014, é o líder do mercado. Tecmundo, 2017 e Reuters (2017 apud Franzoni 2017) afirma que o player conta mais de 100 milhões de usuários ativos sendo 50 milhões desses assinantes pagos e que o valor de mercado da companhia é de 13 bilhões de dólares.

2.2.2 APPLE MUSIC

Segundo Ribeiro (2016) a Apple que já é uma forte companhia no cenário musical internacional chegou no Brasil em 30 de Junho de 2015. Apesar de ter menos tempo

no mercado o *Apple Music* tornou-se o principal oponente do *Spotify* a nível global. Foi criada a partir da fusão de um serviço já existente na *Apple*, o *Beats Music*. O diferencial do *Apple Music* é ser alimentado pelo *iTunes*, uma vasta biblioteca musical

2.2.3 GOOGLE PLAY MUSIC

Cortez (2017) aponta que o Google Play Music foi criado em duas versões sendo a primeira versão lançada em 2011 e a segunda, em 2012, porém chegou ao Brasil somente em 2014.

2.2.4 TIDAL

Segundo Ribeiro (2016), o *Tidal* é um serviço pago que oferece cerca de 40 milhões de músicas e 90.000 vídeos. Com o diferencial de ter seu gerenciamento feito diretamente por um grupo de artistas, como Jay-z, Beyoncé, Madonna, Rihanna, Nicki Minaj e Calvin Harris, o *Tidal* veio exatamente com os seus gerenciadores como o foco. Por acreditarem que os outros serviços de streaming remuneram de forma precária os artistas o *Tidal* solidificou como sua maior preocupação a compensação monetária dos artistas de forma mais justa.

3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho trata-se de um estudo descritivo, de abordagem quantitativa, conduzida por meio de questionários eletrônicos que foram enviados para os contatos dos autores do artigo assim como compartilhados em redes sociais (*Facebook*, *Instagram* e *What'sApp*). Foi decidido nortear esse trabalho aplicando os questionários aos alunos, integrantes da Geração Y, dos cursos de graduação da UFRPE-UAST, conforme consta no Anexo A.

O questionário foi aplicado entre os dias 23 e 27 de Novembro de 2017 por meio do site *docs.google.com* e as análises foram feitas a partir de técnicas e modelos quantitativos. Foi obtido um total de 91 respostas. Dos 91 entrevistados faziam parte da amostra representativa, somente um questionário foi excluído por não estar dentro da Geração Y.

Este trabalho surgiu a partir do momento que foi observado um número grande e crescente dos usuários de plataformas de *streaming* e a curiosidade em identificar quem são esses usuários e assim verificar quais estratégias de marketing poderiam ser mais efetivas para esse público. Para a produção dos gráficos e dados estatísticos foi utilizado o Excel 2013.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente artigo teve como intuito analisar o perfil de consumidor dos usuários

das plataformas de *streaming* no tocante ao conceito de inovações disruptivas. Dos 91 respondentes, 58,9% eram homens e 41,1% mulheres, como pode ser observado no Gráfico 1.

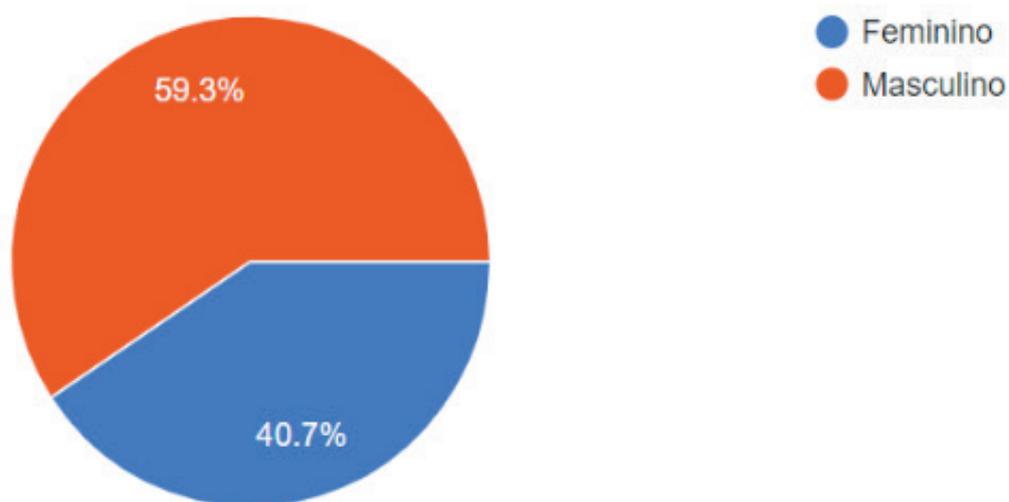


Gráfico 1 – Representação dos gêneros dos respondentes

Fonte: Autores (2017)

Já as idades dos respondentes selecionados, todos pertencentes a Geração Y, se encontram dispostas no Gráfico 2. Castro (2007 *apud* Martins, 2012) propõem que a faixa etária é um fator de suma importância na caracterização de um consumidor de música por meios digitais, pois a presença dos jovens nesse ambiente é mais veemente por isso foi escolhido focar na Geração Y nesse estudo.

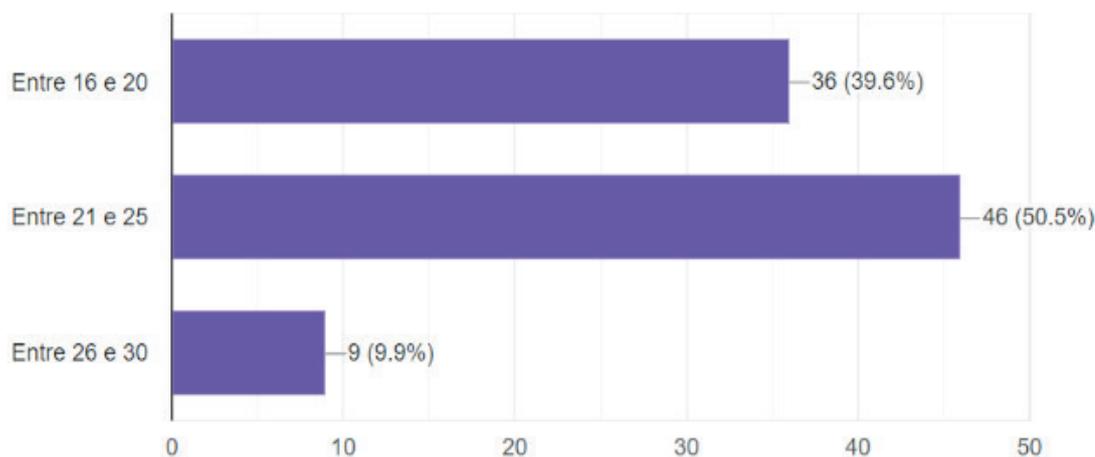


Gráfico 2 – Representação das idades dos respondentes

Fonte: Autores (2017)

O Gráfico 3 representa a interação que os alunos da UFRPE/UAST tiveram com o questionário, de acordo com os cursos, destacando a participação dos alunos dos cursos de Administração, Sistemas da Informação e Letras. O número de participantes mais expressivo é o de Administração este fato pode ser explicado pela maior interação dos autores do artigo com este público.

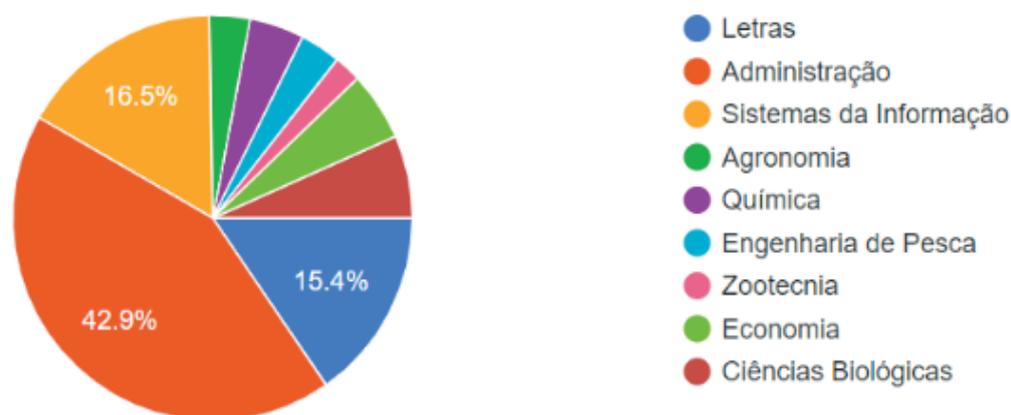


Gráfico 3 – Respondentes de acordo com os cursos

Fonte: Autores (2017)

O Gráfico 4 confirma que o *Spotify* é o líder de mercado sendo utilizado por mais de 50% dos respondentes. O *Google Play* vem logo em segundo lugar, com 42% de utilização por meio dos usuários, e apesar de a literatura indicar que o *Apple Music* rivaliza diretamente com o *Spotify* surpreendentemente esse fato divergiu da nossa pesquisa. Teixeira e Pinheiro (2016) explica esse fato ao atribuírem a popularidade do *Google Play Music* ao fato dessa plataforma estar integrada ao sistema operacional *Android* dos *smartphones* e assim ganhando um número notável de usuários.

O *Deezer* aparece em terceiro lugar com 14%. Esse número pode ser explicado pela gratuidade dessa plataforma fazendo com que muitos usuários acabem aderindo ao seu serviço. Em quarto lugar com 8% das respostas vem o *Soundcloud*. O *Apple Music* vem apenas no quinto lugar esse fato pode ser corroborado se levarmos em conta os altos preços dos produtos da *Apple* o que acaba levando a certo distanciamento dos jovens da Geração Y.

O *Tidal* aparece em último lugar com apenas 2% das respostas esse fato é explicado por Ribeiro (2016) ao relatar que esse serviço é inteiramente pago não tendo um período de teste ou uma versão gratuita como muitos de seus concorrentes tem oferecido por ir contra um dos princípios da plataforma que é de remunerar os artistas que tem o catálogo disponibilizado.

Finalmente, 10% dos entrevistados revelaram que não utilizam serviços de plataformas de *streaming*, porém foi decidido levar em consideração as respostas dadas

por eles, pois estes podem ser clientes em prospecção. Além disso, Martins (2012) também aponta que muitos entrevistados podem desconhecer os serviços de música por *streaming* como também podem desconhecer os serviços de música por streaming ou utilizar umas dessas plataformas e desconhecer o termo.

Um fato surpreendente foi a menção ao aplicativo *SuperPlayer* este aplicativo que até então não era conhecido por esse estudo, porém no estudo realizado por Garcia (2015) com 177 entrevistados o nome do *Superplayer* foi mencionado por 40% dos entrevistados.

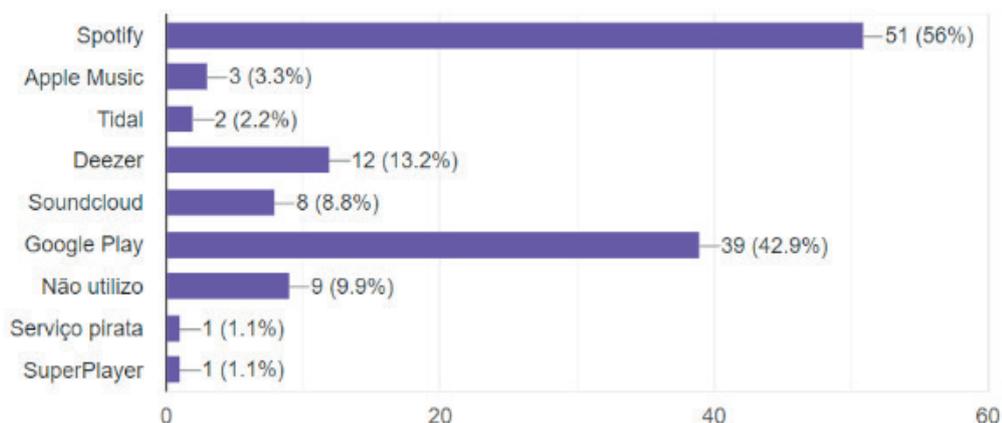


Gráfico 4 – Plataformas de streaming utilizadas pelos respondentes

Fonte: Autores (2017)

O Gráfico 5 aponta a renda mensal dos respondentes e a partir dele pode concluir-se que mais de 50% dos entrevistados tem uma renda de menos de um salário mínimo por mês. Esse fato é explicado por Christensen e Raynor (2003 *apud* Cândido, 2011) ao afirmar que os clientes- alvos das inovações disruptivas de novos mercados são consumidores que não tem o poder aquisitivo para comprar e usar o produto ou serviço. Martins (2012) realizando um estudo semelhante com 574 indivíduos também cita que quando a renda aumenta o consumo com entretenimento também aumenta.

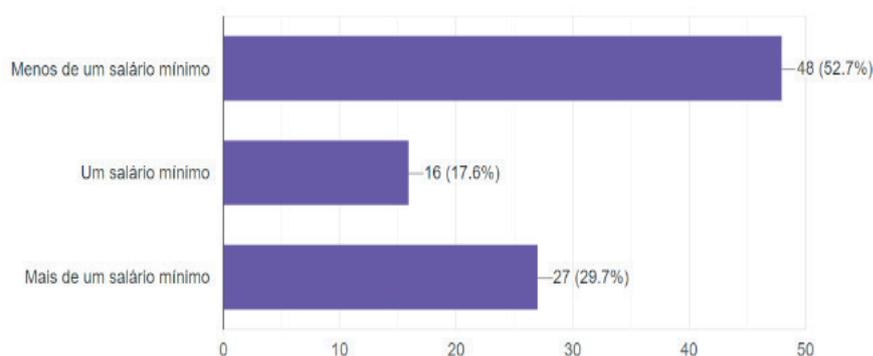


Gráfico 5 – Renda mensal dos respondentes

O Gráfico 6 aponta os estilos musicais mais ouvidos pelos jovens que responderam o questionário.

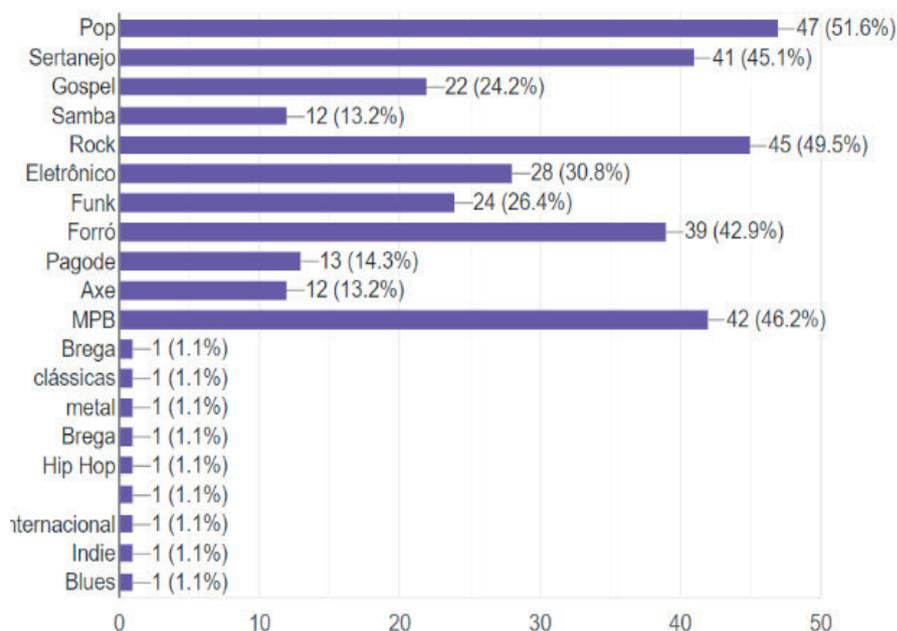


Gráfico 6 – Representação dos estilos musicais ouvidos pelos respondentes

Fonte: Autores (2017)

Gomes *et al.* (2015) ao realizar uma revisão bibliográfica semelhante ao que foi proposto nesse artigo revela que as plataformas de *streaming* também são uma solução para a pirataria tendo em vista que os usuários dessas plataformas não utilizam *sites* de *download* ilegais para ter acesso as músicas, porém anteriormente a utilização dessas plataformas os *downloads* ilegais era o meio mais utilizado pelos integrantes da Geração Y para ouvir música.

Já Gomes et al (2016) ao realizar essa pesquisa com integrantes da Geração X percebeu neles uma grande repulsa ao ato do *download* ilegal. O que pode ser percebido desses dois estudos é que os integrantes da Geração Y estão retomando o valor da Geração X ao pagar por música e conseqüente remunerar os artistas, porém esses estudos também indicam que a Geração X continua comprando alguns CD's físicos enquanto a Geração Y aboliu esse hábito quase que por completo devido à facilidade de se obter a cópia digital.

Franzoni (2017) ao realizar um estudo semelhante com 15 entrevistados também aponta um grande desejo de inclusão social dentro do ambiente das plataformas de *streaming* tendo em vista que é possível seguir amigos e ver quais músicas eles estão ouvindo e quais *playlist* criaram dessa forma ampliando o escopo de interação social. Franzoni ainda aponta que esse dado não pode ser tratado de maneira estatística,

mas que se trata de um critério qualitativo.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por se tratar de um tipo de mercado disruptivo o mercado de *streaming* ainda não chegou a seu ápice, entretanto já atinge grande parte do público inserido na rede mundial de computadores que devido o advento da era digital, e, a popularização da *internet* e dos *smartphones* insere cada vez mais e mais pessoas nesse meio, pois muitas dessas pessoas desejam usufruir não só da facilidade do conteúdo áudio visual, mas também de outros meios de inclusão social derivado da grande febre das redes sociais. O *streaming* musical também foi de grande importância para consolidação do meio musical legal nessa nova geração que antes fazia uso de *sites de download* ilegais e agora retomou os costumes da geração passada de pagar de forma direta ou indiretamente pelo conteúdo consumido. Com isso vemos que o mercado de *streaming* trouxe possibilidades e facilidades para essa nova geração democratizando ainda mais o mercado musical de forma legal e totalmente inserida no contexto vivencial da mesma.

REFERÊNCIAS

CÂNDIDO, A. C. Inovação disruptiva: Reflexões sobre as características e implicações no mercado. **IET Working Papers Series**. N WPS05/2011, p. 07, 2011

CASTRO, G. O caso Napster ou de como um dropout deu a volta por cima e abalou. **Logos**. 2001.

CHRISTENSEN, M. C. ANTHONY, D. S. ROTH, A. E. **Seeing What's Next: Using the Theories of Innovation to Predict Industry Change**. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2004

CHRISTENSEN, C. M. e RAYNOR, M.E. **The Innovator's Solution**. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2003

CORTEZ, N. M. P. A ecologia midiática de streaming de músicas: recomendações e compartilhamento em arquiteturas multiplataforma. **Rev. Comun. Midiática (online)**, Bauru- SP, Vol. 12, N. 1, p. 18, 2017.

FRANZONI, T. B. **Motivação de consumo de música por streaming dos usuários do Spotify**. Tese (Bacharelado em Ciências Administrativas) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2017

Garcia, F. K. **Atributos determinantes na decisão de assinatura de serviços de streaming**. Dissertação (Graduação em Ciências Administrativas) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2015

GOMES, G. F., CORRÊA, A. B. A., PESSÔA, L. A. G. P. Consumo de música: um estudo de marketing geracional. **Diálogo com a Economia Criativa**, Rio de Janeiro, v. 1, n.3, p. 39-57, set./dez. 2016. DOI 10.22398/2525-2828.1339-57

GOMES, C., FRANÇA, R., RIOS, R. **Spotify: streaming e as novas formas de consumo na era digital**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Natal - RN - 2 a 4 de

MARTINS, J. P. C. **O mercado de música digital: um estudo sobre o comportamento do consumidor brasileiro perante o uso de música na internet.** Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2012

OLIVEIRA, M. C. **Para além do iTunes: a indústria fonográfica da primeira década do século XXI na perspectiva de um selo musical de Brasília.** Dissertação (Mestrado em Música em Contexto) - Universidade de Brasília. Brasília, 2010.

SOUZA, P. M. **Sites de *streaming* como alternativa para a indústria fonográfica: uma pesquisa exploratória.** Dissertação (Bacharelado em Administração) - Universidade de Brasília. Brasília. 2011

TECMUNDO, **Spotify deve realizar oferta pública de ações em breve.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/spotify/117207-spotify-deve-realizar-oferta-publica-acoes.htm>> Acesso em 10 de maio de 2017

TEIXEIRA, V. R., PINHEIRO, R.M. **A era do streaming musical e a sobrevivência da cena independente.** XXXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação - São Paulo - SP - 05 a 09/09/2016

RIBEIRO, C. **Do Analógico para o digital: os novos modelos de partilha e venda de música online - plataformas de *streaming*.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo, Comunicação e Cultura). Instituto Politécnico de Portalegre. Porto Alegre. p 46. 2016

REUTERS. **Spotify, valued at \$13 billion, to launch direct listing on NYSE: sources.** Disponível em <<https://www.reuters.com/article/us-spotify-ipo/spotify-valued-at-13-billion-to-launch-direct-listing-on-nyse-sources-idUSKBN18821T>> Acesso em: 13 de maio de 2017

Anexos

Anexo A – Questionário aplicado aos entrevistados

Qual o seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Outro

Qual a sua idade?

- Entre 16 e 20 anos
- Entre 21 e 25 anos
- Entre 26 e 30 anos
- Outro

Qual o seu curso?

- Letras
- Administração
- Sistemas da Informação
- Agronomia
- Química
- Engenharia de Pesca
- Zootecnia
- Economia
- Ciências Biológicas

Qual serviço de streaming você utiliza?

- Spotify
- Apple Music
- Tidal
- Deezer
- Soundcloud
- Google Music
- Não Utilizo
- Outros

Qual a sua renda mensal?

- Menos de um salário mínimo
- Um salário mínimo
- Mais de um salários mínimos

Qual(is) tipos de música(s) você escuta?

- Pop
- Sertanejo
- Gospel
- Samba
- Rock
- Eletrônico
- Funk
- Forró
- Pagode
- Axé
- MPB

ÍNDICE REMISSIVO

A

Accountability 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 212, 215, 216, 217, 220, 221, 222, 223, 224

Administração Pública Brasileira 147, 200, 202, 209, 220, 224

Adoecimento 172, 180, 182, 184, 186

Ajustamento funcional 172, 177, 178, 179, 180, 182, 183, 184, 186

Análise bibliométrica 75, 76, 81, 82, 88, 92, 93

Auditoria 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 25, 26, 28, 29, 200, 202, 205, 206, 209, 212, 213, 214, 216, 217, 218, 220, 221, 222

Auditoria Geral do Estado do Rio de Janeiro (AGE/RJ) 200, 201, 202, 210, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 257

C

Cadeia de suprimentos 51, 56, 73, 75, 76, 77, 94, 95, 96

Cana-de-açúcar 75, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 94, 96

Clientes 28, 32, 37, 38, 47, 49, 50, 52, 55, 58, 59, 60, 64, 67, 69, 77, 78, 79, 83, 84, 85, 93, 105, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 120, 125, 135, 136

Competências gerenciais 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158

Competitividade 57, 58, 62, 67, 69, 175, 245

Conflitos de Agência 14, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 26

Conselho de Administração 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27

Controle 14, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 29, 47, 49, 50, 53, 56, 66, 69, 73, 76, 123, 135, 193, 194, 195, 196, 197, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 228, 236, 254

D

Discentes 159, 161, 164, 165, 166, 167, 168

E

Empreendedorismo 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 134, 136, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 159, 160, 161, 162, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Empresa Familiar 15, 23, 24, 26, 27, 28

Entrada de pedidos 48, 49, 51, 52

Escola 75, 94, 144, 172, 173, 174, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 187, 189, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 224, 225, 226, 227, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241

Escola Manguinhos 225, 226, 227, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241

F

Formalização 24, 121, 122, 128, 129, 139, 140, 142, 143

Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) 225, 226, 227, 232, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242

G

Gerenciamento 55, 56, 60, 65, 73, 78, 87, 94, 102, 137, 138, 141, 187, 192, 197, 254

Gestão de Pessoas 147, 154, 156, 243, 244, 246, 254, 255

Gestão Pública 147, 150, 153, 154, 204, 206, 215, 221, 224, 242, 243, 244, 245, 246, 254, 255

Governança 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 44, 75, 76, 78, 79, 80, 82, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 205, 224, 243, 244, 254

Governança Corporativa 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29

I

Indústria fonográfica 98, 99, 100, 108

Informalidade 121, 122, 128, 129, 138, 140, 141, 142, 143

Inovações disruptivas 98, 100, 103, 105

Intenções empreendedoras 159, 160, 161, 166, 168

Inveja 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199

Investimento 16, 18, 19, 21, 25, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 51, 61, 114, 124, 130, 246, 253

K

Kaizen 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74

L

Logística 21, 47, 48, 49, 50, 55, 56, 57, 58, 59, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 82, 84, 94, 97

M

Marketing Digital 110, 111, 112, 113, 114, 115, 117, 119, 120

MEGP 243, 244, 245

Mídia Social 110, 114, 116, 118

Modelo dos Múltiplos Fluxos 225, 226, 227, 240, 241

Motivação 7, 12, 62, 70, 107, 121, 127, 130, 136, 162, 196, 199, 248, 251, 253

O

Opções 30, 31, 32, 35, 36, 42, 43, 45, 131, 168, 169, 248

Organizações educacionais 146

P

Perfil de consumidor 98, 102

Políticas Públicas 125, 163, 182, 185, 186, 224, 225, 226, 227, 228, 231, 233, 234, 237, 238, 240, 241, 242

Práticas 21, 22, 26, 27, 58, 61, 71, 87, 96, 112, 113, 124, 144, 150, 152, 153, 154, 155, 187, 189, 192, 194, 195, 196, 197, 208, 231, 232, 237, 242, 243, 247, 253, 254

Processamento de pedidos 47, 48, 49, 50, 51, 54, 55

Projeto 30, 31, 32, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 56, 66, 67, 68, 73, 131, 135, 167, 225, 226, 227, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 254

Projeto Teias 225, 226, 227, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241

R

Revisão sistemática 75, 76, 81, 87, 97

Risco 4, 15, 16, 17, 18, 22, 30, 31, 33, 34, 35, 37, 40, 44, 45, 54, 58, 124, 172, 184

S

Serviços de streaming musical 98

Setor público 27, 146, 147, 152, 153, 155, 156, 165, 205, 222, 245

T

Tecnologia de informação 21, 48, 49, 54, 55, 56, 147, 152

Trabalho docente 172, 184

Transparência 16, 24, 200, 202, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 211, 213, 216, 217, 219, 220, 221, 222, 224

U

Usina sucroenergética 75, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 92, 93

V

Viabilidade 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 43, 143

 **Atena**
Editora

2 0 2 0