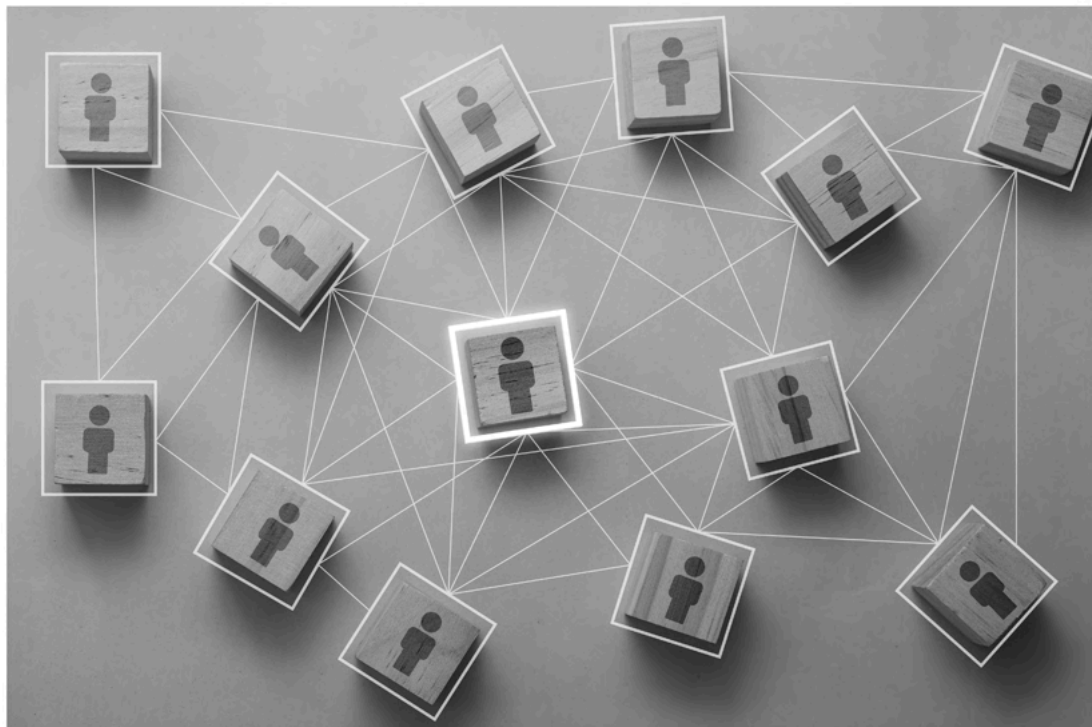


Ciências sociais aplicadas:
**ENTRE O APLICADO
E O TEÓRICO**

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti
(Organizadora)



Ciências sociais aplicadas:
**ENTRE O APLICADO
E O TEÓRICO**

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti
(Organizadora)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
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. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Ciências sociais aplicadas: entre o aplicado e o teórico

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadora: Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C569 Ciências sociais aplicadas: entre o aplicado e o teórico / Organizadora Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0173-5

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.735220305>

1. Ciências sociais. I. Cavalcanti, Soraya Araujo Uchoa (Organizadora). II. Título.

CDD 301

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A coletânea *Ciências sociais aplicadas: Entre o aplicado e o teórico* é composta por 15 (quinze) capítulos produtos de revisão de literatura, ensaio teórico, pesquisa qualitativa, relato de experiências, dentre outros.

O primeiro capítulo discute os resultados da análise da oferta formativa em educação profissional e tecnológica vinculada a um Instituto Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. O segundo, apresenta os resultados de pesquisa para diagnosticar a problemática da gestão de micro e pequenas empresas e as dificuldades de acesso ao microcrédito.

O terceiro capítulo analisa como o *Design Thinking* tem sido utilizado na definição de parâmetros no processo da construção de biblioteca Universitária em uma universidade estadual. O quarto, apresenta a experiência em utilizar a técnica multicritério TOPSIS para a escolha de atividades econômicas prioritárias para investimentos públicos.

O quinto capítulo apresenta o funcionamento das plataformas colaborativas e suas potencialidades no desenvolvimento de produtos e serviços na atualidade. O sexto, discute os resultados da análise da influência da inteligência de mercado no processo de tomada de decisões de gestores das lojas de confecções.

O sétimo capítulo discute a participação das empresas privadas na ampliação de ações sociais e projetos sociais na atual conjuntura brasileira. O oitavo, apresenta os resultados de revisão das principais teorias que discutem os fatores que contribuem à atividade criminosa.

O nono capítulo discute os resultados de pesquisa acerca das possibilidades de conservação da reserva da biosfera da borboleta monarca apontando caminhos e desafios vinculados. O décimo, apresenta a sistematização do processo de inventariação, classificação e hierarquização de recursos turísticos de canyoning.

O décimo primeiro capítulo discute os elementos centrais da inteligência emocional e sua relação com a liderança em espaços organizacionais e as interconexões vinculadas nesse processo. O décimo segundo, apresenta os resultados da análise da estrutura obrigatória de laudo contábil de perícia judicial em conformidade com as normativas determinadas pelo Conselho de Classe.

O décimo terceiro capítulo discute os resultados de pesquisa junto às mulheres que viajam sozinhas e os meios de hospedagem utilizados. O décimo quarto capítulo que trata dos desafios presentes no tratamento ofertado aos pedófilos, na perspectiva da análise jurídica. E finalmente, o décimo quinto capítulo que apresenta os resultados da pesquisa acerca da ocorrência de erro humano por ocasião do gerenciamento de projetos.

Neste contexto, convidamos discentes, profissionais de saúde e população em geral a conhecer as singularidades desse processo enriquecedor de produção e socialização do conhecimento.


SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

ANÁLISE DA OFERTA FORMATIVA DO INSTITUTO FEDERAL DO PIAUÍ: ENTRE OS CURSOS E A DEMANDA DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS E ARRANJOS PRODUTIVOS

José Tavares da Silva Neto


Maria D'Alva Macedo Ferreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203051>

CAPÍTULO 2..... 13

DEMANDA DEL CREDITO Y DIFICULTADES DE ACCESO A LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Marco Vinicio Juño Delgado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203052>


CAPÍTULO 3..... 25

DESIGN THINKING EM PROJETO DE INOVAÇÃO PARA A BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA DA UEL

Ana Paula Perfetto Demarchi

Thais Batista Zaninelli

Danilo Timóteo Calcanhoto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203053>

CAPÍTULO 4..... 44

ESCOLHA DE ATIVIDADES ECONÔMICAS PRIORITÁRIAS PARA INVESTIMENTOS PÚBLICOS: O CASO DO RIO GRANDE DO NORTE UTILIZANDO A TÉCNICA MULTICRITÉRIO TOPSIS

Anna Cláudia dos Santos Nobre

Luane Assunção Paiva Melo

Gustavo Maurício Filgueiras Nogueira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203054>


CAPÍTULO 5..... 58

FUNCIONAMENTO E BENEFÍCIOS DAS PLATAFORMAS DIGITAIS COLABORATIVAS NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS

Giorgio Gilwan da Silva

Eduardo Napoleão

Guilherme Sauthier

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203055>

CAPÍTULO 6..... 72

INTELIGÊNCIA DE MERCADO, TOMADA DE DECISÕES E COMPETITIVIDADE EM LOJAS DE CONFECÇÕES

Ariosto Sparemberger

Pedro Luís Büttenbender

Gabriela Cappellari

Luciano Zamberlan

Jorge Oneide Sausen

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203056>

CAPÍTULO 7..... 92

PROJETOS SOCIAIS E AS EMPRESAS PRIVADAS

Camila de Oliveira

Paula Tanara Boroski Lunardi

Alexandre Boroski Lunardi

Fernando Boroski Lunardi

Rosane Barbosa


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203057>

CAPÍTULO 8..... 100

TEORIAS DA CAUSAÇÃO DO CRIME: UMA REVISÃO PANORÂMICA DA LITERATURA DA ETIOLOGIA CRIMINAL

Pedro Henrique Batista de Barros

Hiago da Silva Baggio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203058>

CAPÍTULO 9..... 120

POSSIBILIDADES DE CONSERVAÇÃO DA RESERVA DA BIOSFERA DA BORBOLETA MONARCA DE ACORDO COM A AVALIAÇÃO DOS ALUNOS DE UACH

Gerónimo Barrios Puente


Diana Martínez Marcos

Arisbeth Rosales Hortiales

Jessie Alejandra Hidalgo Castelán

Andrés Aurelio López Santiago

Marco Andrés López Santiago

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7352203059>

CAPÍTULO 10..... 139

INVENTÁRIO, CLASSIFICAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO DE RECURSOS TURÍSTICOS DE CANYONING

Francisco Silva

Maria Céu Almeida

Mário Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030510>

CAPÍTULO 11..... 149


INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E LIDERANÇA: UMA REVISÃO DE LITERATURA





Carolina de Souza Walger

Camila Brüning

Aline de Oliveira Stabile

Halison da Silva Chaves

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030511>

CAPÍTULO 12.....	162
ELEMENTOS TÉCNICOS A SEREM CONSIDERADOS EM LAUDO DE PERÍCIA CONTÁBIL JUDICIAL	
Romeu Schwarz Sobrinho	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030512	
CAPÍTULO 13.....	166
BRASILEIRAS QUE VIAJAM SOZINHAS E OS MEIOS DE HOSPEDAGEM	
Gabryela Martins Ghirotti	
Nicolý Cassimira dos Santos	
Wenya e Silva Oliveira	
Rodrigo Ribeiro de Oliveira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030513	
CAPÍTULO 14.....	173
DESAFIOS NO PROCESSO DE TRATAMENTO DE PEDÓFILOS: A COMPREENSÃO DA SEMI-IMPUTABILIDADE SOB A ANÁLISE JURÍDICA	
Fabiana Nadal	
Rayan Nadal Medina	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030514	
CAPÍTULO 15.....	179
THE PROJECT MANAGEMENT AND THE HUMAN ERROR	
Ciro Martinez Oropesa	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.73522030515	
SOBRE A ORGANIZADORA.....	200
ÍNDICE REMISSIVO.....	201

FUNCIONAMENTO E BENEFÍCIOS DAS PLATAFORMAS DIGITAIS COLABORATIVAS NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS

Data de aceite: 01/04/2022

Data da submissão: 28/01/2022

Giorgio Gilwan da Silva

UNIVALI - Universidade do Vale do Itajaí
Florianópolis – Santa Catarina
<http://lattes.cnpq.br/5328307958981053>

Eduardo Napoleão

UNIVALI - Universidade do Vale do Itajaí
Florianópolis – Santa Catarina
<http://lattes.cnpq.br/9899023335729490>

Guilherme Sauthier

UFSC – Universidade Federal de Santa
Catarina
Florianópolis – Santa Catarina
<http://lattes.cnpq.br/4642994962013667>

RESUMO: As plataformas colaborativas proporcionam, em um espaço *on-line*, aproximação e interação entre empresas, clientes, fornecedores e comunidade em geral, os quais se comunicam, compartilham ideias e executam as tarefas em conjunto no desenvolvimento de produtos/serviços em um processo colaborativo. O objetivo do artigo é conhecer o funcionamento e benefícios das plataformas digitais colaborativas na criação de produtos. A justificativa da pesquisa enfatizou a importância do tema para as empresas, o mercado e sua relevância social. Quanto à classificação da pesquisa, em relação à finalidade trata-se de pesquisa básica, do ponto de vista do problema pesquisa qualitativa; em relação aos objetivos, pesquisa descritiva. Os procedimentos

técnicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica e de campo na identificação das características e funcionalidades das plataformas. Os resultados mostraram que as plataformas são criadas com infraestrutura que permite o design colaborativo entre uma equipe de voluntários, que juntamente com profissionais do designer vão propõem soluções para a criação de produtos diferenciados e inovadores.

PALAVRAS-CHAVE: Plataforma. Colaboração. Ferramentas digitais. Produtos.

FUNCTIONING AND BENEFITS OF COLLABORATIVE DIGITAL PLATFORMS IN PRODUCT/SERVICE CREATION

ABSTRACT: Collaborative platforms provide, in the online space, the approximation and interaction between companies, customers, suppliers, and the general community, who communicate, share ideas, and perform tasks together in the development of products/services in a collaborative process. The objective of this paper is to know the functioning and benefits of collaborative digital platforms in product creation. The research justification emphasized the importance of the theme for companies, the market, and its social relevance. As for the classification of the research, concerning the purpose, it is basic research, from the point of view of the problem, qualitative research; concerning the objectives, descriptive research. To identify the characteristics and functionality of the platforms were used technical procedures as field and bibliographic research. The results showed that the platforms are created with infrastructure that allows collaborative design

among a team of volunteers, who together with professionals from the designer will propose solutions for the creation of differentiated and innovative products.

KEYWORDS: Platform. Collaboration. Digital tools. Products.

1 | INTRODUÇÃO

As empresas buscam maneiras de desenvolver produtos inovadores para atender as mudanças no comportamento dos consumidores e, conseqüentemente, dos mercados com base na evolução dos sistemas tecnológicos com uso da *internet*, que permitem o acesso a uma grande quantidade de informações e de conhecimentos em tempo real. As ferramentas de colaboração desses sistemas favorecem também, a comunicação, troca de informações, *insights* e experiências com a interação entre os participantes de locais diferentes, por meio do compartilhamento ideias, processos e gerenciamento de arquivos. Nesse sentido, nas plataformas colaborativas as atividades profissionais podem ser trabalhadas juntas em qualquer lugar via *on-line*, independentemente de sua localização física. Diante do exposto o objetivo do artigo é conhecer o funcionamento e benefícios das plataformas digitais colaborativas voltadas a criação de produtos.

A justificativa da pesquisa enfatiza a importância do tema para o mercado e sua relevância social. As plataformas colaborativas permitem que diversos profissionais atuem simultaneamente em uma determinada demanda, podendo solucionar problemas, trocar ideias na criação de produtos, realizando as tarefas a partir de dispositivos móveis, como *smartphones*, *tablets* e computadores, o que pode gerar maior produtividade. A relevância social da pesquisa gira em torno, da forma como a colaboração pode permitir o envolvimento no processo e nos mecanismos de construções de conhecimentos com a proximidade das relações de trabalho, que um usuário tem com os demais pares do grupo, onde o sentido de colaboração é o foco principal. As pessoas se beneficiam de informações atualizadas, compartilham experiências e utilizam o conhecimento do grupo, usufruindo do aprendizado, ampliando assim, seu repertório de conhecimentos.

Classifica-se a pesquisa como qualitativa e descritiva, realizada como pesquisa de campo. A pesquisa de campo foi realizada em plataformas colaborativas digitais (*site*) em funcionamento, identificando suas características, funcionalidades e benefícios. A análise dos dados foi realizada de forma interpretativa, com base na técnica de pesquisa qualitativa e descritiva, pois visou compreender, descrever e interpretar os dados coletados. Para alicerçar o objetivo da pesquisa inicia-se contextualizando as plataformas colaborativas no contexto contemporâneo.

2 | PLATAFORMAS COLABORATIVAS NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO

Para melhor entendimento, inicia-se com a definição de colaboração que se relaciona com o trabalho conjunto entre duas ou mais pessoas com um objetivo em comum.

Ela engloba a cooperação (operação conjunta de indivíduos, visando um mesmo fim), o compartilhamento (multiplicação de esforços para resolução de um problema comum) e o trabalho em equipe (trabalho executado em grupos, e não individualmente) para resolução de problemas, de forma interativa e conjunta (VIVACQUA; GARCIA, 2011).

Para Howe (2009) as pessoas estão livres para criar e apresentar ao mundo suas ideias de forma rápida, bastando utilizar tecnologias e *softwares* específicos a essa atividade. Nesse contexto colaborativo, as tecnologias de comunicação, baseadas na *Web 2.0* servem como meio de propagação das propostas inventivas da multidão, criando uma rede de informação que estabelece novas soluções para as corporações e empresas.

No que se refere as plataformas colaborativas, seus sistemas interativos, têm como principal objetivo o desenvolvimento de aplicações e tecnologias de informação, destinados à monitorização, controle em tempo real e a realização de ações a distância. Essas plataformas possuem infraestrutura que facilitam a comunicação e colaboração entre os vários intervenientes, num ambiente de trabalho, com vista a atingir objetivos comuns.

As plataformas colaborativas de inovação agregam conhecimentos e competências, tanto internas quanto externas, de forma integrada, além de permitirem o agrupamento de parceiros. São capazes de conduzir o fluxo de ideias e tecnologias para dentro e para fora do processo de inovação. As ideias podem vir para o processo, a partir de pesquisa externa, de licenciamento de tecnologia ou de uma aquisição de produto de outra empresa. Da mesma forma, as ideias podem fluir para fora, no processo de comercialização, através de canais próprios das empresas (CHESBROUGH, 2012).

Corroborando com essas ideias, Tapscott e Williams (2011) acrescentam que a composição de uma equipe de voluntários de todo o mundo por meio de uma plataforma da *internet*, permite propor soluções e gerenciar informações, revela-se como um novo paradigma que “vira de cabeça para baixo” boa parte da sabedoria convencional.

Exemplifica-se o contexto de uma plataforma colaborativa na Figura 1. O problema a ser solucionado é disponibilizado para todos os participantes da colaboração em rede. A plataforma funciona na nuvem (ou seja, pode ser acessado por qualquer computador que tenha acesso à *Web*). O *networking*, como nova forma de conectar as pessoas, reúne grupos de interesse, os membros da organização, os quais possuem diferentes perfis, o que trará diferentes contribuições. As novas ideias não surgem do nada, elas são fruto da observação do mundo e devem servir para solucionar algum problema. Portanto, com foco na resolução do problema, buscam e compartilham dados, informações, conhecimentos e notícias referentes ao tema. A colaboração acontece em um processo de interação: quando os participantes colocam as suas sugestões para resolver o problema, ocorrem as discussões, opiniões divergentes, até chegar a uma proposta que será elaborada.



Figura 1- Exemplo de plataforma colaborativa

Fonte: Elaborado pelo autor (2018), adaptado de Schemmann *et al.* (2016).

Como constatado, por meio dos recursos das plataformas colaborativas as empresas passaram a explorar a criatividade, ideias e o conhecimento dos colaboradores em benefício próprio, principalmente no que tange à identificação de melhores soluções para serem implementadas (CARDOSO, 2016). Sendo assim, uma plataforma colaborativa destina-se, principalmente, a aumentar a produtividade de um grupo de indivíduos e, mais especificamente, aumentar a produtividade das organizações.

No que se refere às empresas, essas já não competem da mesma forma, porque os objetivos de negócios mudaram. As tecnologias presentes nas plataformas colaborativas facilitaram a aproximação e interação entre empresas e comunidades de inovação, permitindo também que as empresas postem desafios de inovação em plataformas de inovação aberta.

Diante desse contexto, apenas uma empresa não pode suprir todo o campo de conhecimento, isso faz com que grandes empresas se organizem em redes de colaboração ao redor do mundo como forma de diminuir as distâncias e permitir possibilidades de colaboração cada vez mais promissoras. Por isso, o intuito das empresas na utilização das plataformas colaborativas está em promover o envolvimento de clientes, fornecedores e colaboradores na criação de produtos. Estas iniciativas tornaram-se uma estratégia e tendência no mercado de negócio, porque por meio da plataforma colaborativa, é realizado o processo de gestão de ideias. Com base nestas sugestões de ideias, organizações exploram a inteligência coletiva dos usuários, fomentando a colaboração na a filtragem de ideias, reduzindo desta forma a quantidade de trabalho necessário para a avaliação (CARBONE *et al.* 2012). Nesse ambiente, os usuários desenvolvem processos criativos e compartilham com o grupo para a resolução conjunta de problemas. Isso torna possível explorar diferentes habilidades e experiências que diferentes pessoas possuem e que podem contribuir com o grupo. Levar uma ideia inovadora adiante depende de todo tipo de

contribuição vindo de diferentes pessoas e perspectivas. Desta forma, pondera-se que a inovação não é um ato solitário, mas um jogo de múltiplos participantes.

Portanto, a inovação configura-se como um dos fatores fundamentais para a competitividade e para a sobrevivência das empresas no mercado global. Nesse contexto, emerge a necessidade de implantar novas formas de inovação, nas quais as empresas têm o desafio de migrar da inovação fechada para novos conceitos, como inovação aberta. Para tanto, buscou-se o entendimento sobre os dois tipos de plataforma: aberta e fechada.

A plataforma fechada se refere ao processo que restringe o uso do conhecimento interno exclusivamente para dentro da empresa e faz pouco ou nenhum uso do conhecimento externo (RAHMAN; RAMOS, 2010). Nesse processo, a empresa gera, desenvolve e comercializa suas próprias ideias. A inovação fechada pode ser constituída também, por um grupo de empresas, por designers convidados, pesquisadores, entre outros, não abrindo o acesso ao público em geral.

As plataformas abertas são caracterizadas pela dependência de informações e conhecimentos externos, pois realizam trocas com o meio exterior onde estão inseridas, para oportunizar a adaptação às novas realidades dos negócios e novos desafios, para resolver problemas emergentes, dentro do seu contexto colaborativo.

Os sistemas das plataformas colaborativas, precisam ter flexibilidade para evoluir com o tempo na perspectiva de projetar a organização para ser um sistema aberto desde a sua concepção. Fischer e Giaccardi (2005) apontam as possibilidades para habilitar a participação ativa e criativa de todos os usuários das plataformas colaborativas, tornando-os codesigners tanto de soluções quanto do próprio sistema. Nesse contexto, o designer passa de uma atuação centralizada para atuar nas articulações de um sistema amplo e com profissionais diversificados. Busca agregar aos projetos conhecimentos e experiências de outros participantes, para gerar uma solução universal, que somam as capacidades individuais. Diante do exposto, apresenta-se a pesquisa de campo.

3 | APRESENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS

Destaca-se as principais plataformas colaborativas encontradas, suas características e principais funções e funcionalidades. Foram 9 plataformas digitais encontradas: Plataforma Bitrix24, Plataforma iTec, Plataforma Catarse, Plataforma Kickstarter, Plataforma Openideo, Plataforma 99Designs, Plataforma IndexHub, Plataforma Planta e Plataforma Ideaken. Dessas selecionou-se 3 para a apresentação tendo como critério: plataformas abertas com participação gratuita e fechadas com foco em projetos de design.

3.1 Plataforma openideo

Ideo é uma organização de design e inovação que visa à integração de diversas pessoas no mundo inteiro por meio da plataforma Openideo. Possibilita que pessoas

de diferentes locais colaborem para o desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais. A plataforma propicia uma comunidade dinâmica global a qual acredita que ao compartilhar suas experiências, talentos e ideias, está mais equipada para resolver problemas globais de formas inovadoras. A missão da organização consiste em trabalhar em conjunto, para criar soluções reais para problemas difíceis no planeta (OPENIDEO..., 2020). Na Figura 2, a plataforma apresenta a forma de contato do cliente com o *site*, através de *e-mail* e conta na *intranet* do sistema, assim possibilitando participar da comunidade.

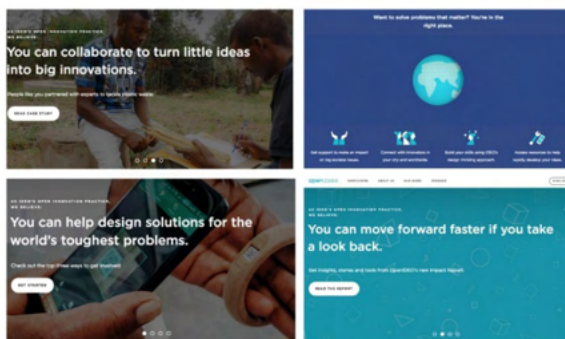


Figura 2 – Interfaces de contato Openideo

Fonte: www.openideo.com (2020).

De acordo com suas metas, trabalha com o processo de resolução de problemas, que consiste em seis etapas: a pesquisa, as ideias, o refinamento, o *feedback* da comunidade no *site*, as ideias principais e o impacto, conforme Figura 3.



Figura 3 – Etapas do processo Openideo

Fonte: www.openideo.com (2020).

A comunidade é formada de alianças com usuários por meio dos projetos. O *site* instiga o usuário a formar essas alianças, para seus projetos ganharem visibilidade e, por consequência indicam uma série de financiamentos de prováveis patrocinadores, mentoria, suporte em design, ferramentas e eventos.

Na hora de se cadastrar, o *site* possui facilitadores para um procedimento mais rápido, como se cadastrar via *Facebook* e *Gmail*. No próximo passo, é solicitado mais algumas informações referentes à localização que possibilita colocar o perfil no *Twitter* e no *LinkedIn*. Com o cadastro pronto, o usuário é direcionado para seu perfil, podendo atualizá-

lo a qualquer hora.

A plataforma Openideo é aberta para participantes do mundo inteiro, colaborarem no desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais. Nesse ambiente, as pessoas com experiência nos temas lançados na plataforma, podem contribuir com ideias mais assertivas para a solução do problema. Os projetos também são abertos para colaboração financeira de patrocinadores. Descrevem-se, na sequência, as características da Plataforma 99designs.

3.2 Plataforma 99designs

A plataforma 99Design, tem o *site* todo em português, abriu no Brasil seu quinto escritório. Seu funcionamento como um *networking* digital, teve sua entrada no país pela aquisição da *startup* Brasileira LogoChef, empresa com negócio similar, possuindo 2,5 mil designers cadastrados, contando também com mais 3 mil cadastros brasileiros (GOMES, 2013).

Na plataforma, as empresas escolhem designers para criar peças gráficas das mais variadas, sendo que tal processo de seleção é transformado em competição. Ao inserir um projeto no *site* as empresas descrevem qual o seu campo de atuação, tipo de trabalho desejado e os objetivos das peças. Durante quatro dias, a companhia avalia os trabalhos apresentados com estrelas e realiza comentários.

No portal, visualizam-se três etapas, iniciando pelo *briefing* (Figura 4) onde o contratante inserirá as informações projetuais para nortearem a solicitação, inserindo seu estilo desejado, especificações e definindo o que o designer deve criar, o cronograma do projeto: prazos e o valor destinado ao desenvolvimento.

Na etapa conectar, apresenta-se as formas de início de trabalho com a comunidade de designers gráficos, mostrando ao contratante o auxílio que a plataforma trás no desenvolvimento do *briefing*, e o início de um concurso de design gráfico. A plataforma ajuda os empresários também na visualização dos portfólios dos designers, nas habilidades oferecidas pelos mesmos, as avaliações dos designers em outros projetos, os conceitos criativos de cada designer, a seleção dos possíveis designers mais próximos do desejado projetualmente e a garantia de devolução dos valores caso não atinjam o esperado.



Figura 4 – Conectar no 99designs

Fonte: 99designs.com.br (2018).

Na etapa colaborar, a plataforma trabalha com a continuidade na utilização do sistema em conversações para novos alinhamentos e criação de novos projetos: etapas como a liberação do pagamento, o *download* de arquivos para a produção impressa e digital e os direitos autorais e propriedades intelectuais repassados ao contratante. O contratante também poderá informar o tipo de arquivo desejado na finalização do projeto, o armazenamento e a indicação da continuação do trabalho com o designer.

Na etapa “vamos trabalhar”, o usuário informará de qual designer necessita, visualizando, ainda, no menu, as categorias profissionais, como funciona, encontre um designer e botão para *login* na *intranet*.

Na aba tem a função Negócios e Publicidade (cartão postal, *flyer* ou impresso, folheto, mala direta, cartaz, infográfico, folder, livreto, panfleto, envelopamento de carro, caminhão ou van, sinalização, quadro de avisos, *banner* para feiras e exposições, *banner*, *e-mail*, *newsletter*, *template* para *powerpoint*, menu, *header* para *site*, currículo, *template* para *word*, *display* para exposições e outros negócios e publicidade). Em Arte e Ilustração (ilustração ou gráfico, ilustração corporativa, ilustração para *site*, ilustração para livro, capa de álbum, estampa, cartão de visita, convite, cartão de saudação, convite de casamento, personagem ou mascote, tatuagem, 3D e outras ilustrações ou arte). Em embalagens e rótulos para alimentos, cosméticos, bebidas, cerveja, vinho e outras embalagens). Em livros e revistas (capa de livro, design para interior de livro, capa para *ebook*, capa de revista, *layout* de livro, outros livros e revistas)

Com as análises abertas, todos os participantes poderão visualizar e melhorar seus trabalhos, para, no final, a empresa escolher os seis melhores projetos e passar passando para a segunda fase, que dura até três dias, elegendo uma campeã final.

Na *intranet* do designer a plataforma apresenta *links*: seu trabalho (concursos e

projetos), seus clientes, comunidade (fórum, explorar, vendedores recentes), centro de ajuda, mensagens privadas, notificações, configurações e um passo a passo. Na *intranet* do cliente, pode ser visualizada, na entrada, um tutorial para auxiliar aos designers a entenderem o desejado pelo cliente e qual estilo gráfico procurado.

Após a definição do caminho conceitual, o sistema lhe perguntará sobre o estilo da sua marca, definição está retirada da base dos designs escolhidos, deixando clara a possibilidade de alteração de estilos gráficos já predefinidos.

Para concluir, destaca-se que a plataforma 99Design disponibiliza o trabalho dos designers gráficos para as empresas e comunidade em geral que precisam de serviços gráficos, funcionamento como um *networking* digital. Desenvolvem o *briefing* de uma marca com o auxílio de um designer gráfico e lançam um concurso para esses profissionais. Na plataforma os empresários podem visualizar os portfólios dos designers em outros projetos, para selecionar o designer que mais se adéqua ao seu projeto. Em seguida apresenta-se a Plataforma Indexhub.

3.3 Plataforma indexhub

É um projeto desenvolvido para conectar empresas, designers em centros de pesquisa relacionando, indivíduos no aprimoramento de suas capacidades criativas através de processos de co-participação em rede (Figura 5). Destina-se a impulsionar o desenvolvimento econômico pelo design e pela inovação, tornando-se assim um instrumento de política pública (CATARINA, 2016).

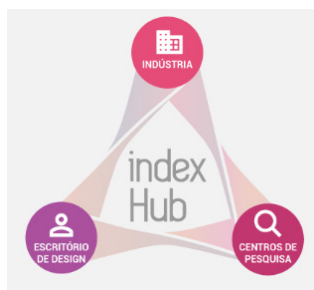


Figura 5 – Tripé IndexHub.

Fonte: indexhub.com.br (2020).

Essa rede de *inomediação* e *co-working*, vai possibilitar o relacionamento da criatividade com a gestão, o livre pensamento com a empatia, a intuição com a razão, proporcionando assim o aparecimento de novos produtos, processos, ferramentas e negócios. O design de novos produtos e serviços a partir de necessidades observadas do novo consumidor deste século, caracteriza o design necessidade (centrado no consumidor), fazendo a união com o desenvolvimento do design (que realiza a gestão dos processos).

A INDEXHUB vai proporcionar um crescimento para a indústria impactando positivamente a economia e gerando co-participação nas soluções para os desafios apresentados (CATARINA, 2016)

Os Objetivos da plataforma segundo Catarina (2016), são:

- a. Criar uma rede de informações em plataforma digital aberta à construção de novos projetos, oferecendo dados de pesquisa e intermediando a informação entre universidades, empresas e designers.
- b. Inserir notícias relevantes, vídeos e agendas de eventos nacionais e internacionais, acesso a artigos científicos importantes, *chat* com pesquisadores, entre outros.
- c. Realizar pesquisas de sinais que evidenciem as mudanças de comportamento dos consumidores identificando suas novas necessidades, disponibilizando-as.
- d. Criar um laboratório de sinais, que determine os vetores e os *drives* de consumo dos novos consumidores disponibilizando seus resultados na plataforma do Centro Design Catarina incentivando o uso de análises de necessidades e pontos críticos da produção.
- e. Introduzir uma consultoria de soluções coletivas de serviços com acesso rápido proporcionando segurança as comunidades empresariais e identificando o índice de sucesso de produtos de design e sua participação no mercado.
- f. Apresentar os dados coletados em resumos digitais às dirigidos as empresas cadastradas na plataforma e ao público de profissionais das incubadoras tecnológicas e *startups*.
- g. Publicar resultados das pesquisas em forma de *e-book*.
- h. Promover Seminários/*Workshops* com Visões/Cenários Futuros, que irão apresentar, a partir de um tema, novas tendências de consumo na área de estética, consumo, distribuição e varejo e que irão guiar o futuro dos negócios.
- i. Criar o Museu do Design físico e virtual, transformando-o em plataforma de estudos para estudantes e profissionais da área.

A plataforma do IndexHub é uma plataforma fechada onde os usuários são inseridos através da *intranet* dos administradores, como se pode ver na Figura 6, apresentando nesse espaço digital a possibilidade de cadastro dos designers, indústrias e centros de pesquisa. Visualiza-se também o menu com os acessos em: editar pessoa, liberar acesso, desafios, alterar senhas e *logout*.

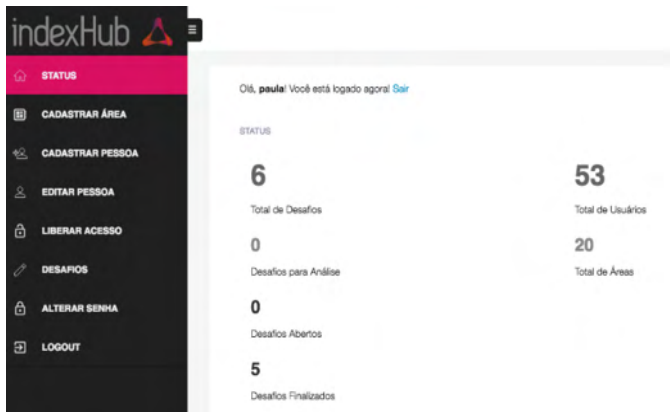


Figura 6 – Intranet da plataforma IndexHub

Fonte: indexhub.com.br (2020).

O sistema de intranet, para o Designer e Centros e Pesquisa, também apresentam sua área de origem, dados do cadastrado e desafios realizados. Como pode ser constatado, a plataforma INDEXHUB tem como objetivo reunir conectar empresas e designers por meio de processos de coparticipação em rede com foco no design estratégico e na inovação. A rede de *inomediação* é centrada em inovação com a interação entre inventores individuais em um sistema global de colaboração. Criando um ambiente de trabalho *Crowworking* (ambiente inspirador de trabalho), reúnem diariamente milhares de pessoas, a fim de trabalhar de modo colaborativo em um determinado projeto. Na sequência responde-se ao objetivo da pesquisa.

4 | O FUNCIONAMENTO E BENEFÍCIOS DAS PLATAFORMAS DIGITAIS COLABORATIVAS NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS

Como pode ser constatado, na fundamentação teórica e na apresentação das plataformas colaborativas selecionadas, apresenta-se a análise dos dados destacando o funcionamento e benefícios das plataformas digitais colaborativas na criação de produtos/serviços.

O funcionamento das plataformas colaborativas no âmbito do desenvolvimento de produtos e de serviços, criam redes de conhecimento colaborativo, tendo as equipes características diferenciadas, o que favorece, a troca de conhecimento entre os envolvidos. O projeto de desenvolvimento de produtos trabalhado em rede não possui uma única equipe, mas muitos colaboradores com diferentes experiências e habilidades. As plataformas são criadas com infraestrutura que permite o design colaborativo entre uma equipe de voluntários, que juntamente com profissionais da empresa (designers) vão propor soluções para a criação de produtos inovadores. Manzini (2008) diz que o designer, nesse caso,

tornou-se um facilitador no processo de criação de produtos, colaborando com as demais pessoas envolvidas.

Uma plataforma colaborativa permite aos usuários criarem um espaço de trabalho para adicionarem dados ou fluxos de trabalho. O espaço de trabalho criado é visível e acessível a todos os outros usuários independentemente da sua localização física. Portanto, o funcionamento atual das plataformas, democratiza e reconhece a importância da criação de produtos pelos usuários ao mesmo tempo em que atenta para a possibilidade de diálogos entre clientes e organizações. Evidenciou-se, que os sistemas das plataformas colaborativas, precisam ter flexibilidade para evoluir com o tempo na perspectiva de projetar a organização para ser um sistema aberto desde a sua concepção.

Destaca-se os benefícios das plataformas colaborativas:

- a. **Mobilidade:** acessibilidade de dispositivos móveis, *notebooks* e *desktop*, bem como o suportar navegador *web*.
- b. **Colaboração:** criação de elementos de colaboração e competição com vantagens promissoras; geração de processos colaborativos com resultados valiosos em termos de qualidade das ideias.
- c. **Parceria:** identificar potenciais cocriadores apropriados para participar nos processos de inovação; desenvolver contato entre funcionários e os colaboradores melhorando a comunicação; coletar ideias inovadoras geradas pelos consumidores.
- d. **Fomentar a eficiência dos colaboradores:** na aquisição, compartilhamento e gestão do conhecimento; desenvolver potencial significativo para a aprendizagem e *insights* criativos; enriquecer ideias usando contribuições incrementais colaborativas; melhorar a qualidade nas relações estabelecidas.
- e. **Gerar oportunidades de inovação:** facilitar a interação, melhorando a eficiência do processo de inovação; reduzir riscos e retrabalho; despertar o interesse em novos projetos e ideias; identificar oportunidades.
- f. **Gerenciamento de conteúdo:** realizar a classificação de metadados, pesquisa facilitada e rastreabilidade.
- g. **Fluxo de trabalho:** criar processos que descrevam ações e que estas sejam arquivadas, notificação de tarefas e gerenciamento de dados;
- h. **Segurança e proteção de dados:** em relação aos dispositivos conectados, documentos em trânsito e aos armazenados.

Diante desses benefícios, percebe-se que as plataformas digitais criam um ecossistema de produtores que podem interagir com consumidores, ambos sempre produzindo e consumindo, o que pode potencializar a inovação aberta que incluem empresas e consumidores.

5 | CONCLUSÃO

As plataformas colaborativas, abordadas fazem uso de aplicações e ferramentas tecnológicas no auxílio da execução das tarefas dos usuários, com estruturas que facilitam a comunicação e colaboração entre os participantes de projetos, que possuem objetivos em inovar e finalizar as ações propostas. Tais espaços virtuais registram discursões de assuntos variados, organizando ideias, planejando ações, conectando pensamentos, organizando cronograma e executando as entregas. Tal pesquisa deparou-se com inúmeras plataformas *on-line* disponíveis no mundo digital, selecionando as destinadas ao resultado de design, entregando produtos/serviços e buscando a inovação com auxílio das tecnologias digitais.

O espírito colaborativo e ajuda mútua foram vistos em inúmeras ferramentas criadas pelos desenvolvedores e designers, com foco nas iniciativas coletivas, com intuito de tornar o mundo e a vida das pessoas melhor. Nesse sentido, as plataformas dependem de informações e conhecimentos externos, pois realizam trocas com o meio exterior onde estão inseridas, para oportunizar a adaptação às novas realidades dos negócios e novos desafios, para resolver problemas emergentes, dentro do seu contexto colaborativo.

Diante disto, constata-se que as plataformas colaborativas realizam o processo de gestão de ideias, explorando todo o potencial da inteligência coletiva. Essas iniciativas levantadas podem auxiliar os futuros desenvolvedores e designers.

REFERÊNCIAS

CARBONE, F. et al. **Open Innovation in an Enterprise 3.0 framework**: Three case studies. *Expert Systems with Applications*, v. 39, n. 10, p. 8929-8939, 2012.

CARDOSO, G. O. A. **Who is co-creating?:** the importance of the co-creator in product preference. Tese (Tese de doutorado) – Católica Lisbon school of business. Lisboa, p. 60. 2016. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/20203>. Acesso em: 18 nov. 2019.

CATARINA, Sc Design. Plataforma IndexHub. 2016. Disponível em: <https://biguanews.com.br/centro-design-catarina-e-univali-lancam-plataforma-de-inovacao/>. Acesso em: 26 set. 2021.

CHESBROUGH, H. **Inovação aberta**: como criar e lucrar com a tecnologia. (Trad.) Luiz Cláudio de Queiroz Faria. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FISCHER, Gerhard, GIACCARDI, Elisa. **Creativity and Evolution**: A Metadesign Perspective. 2005.

GOMES, Helton Simões. **Site que reúne designers em rede colaborativa chega ao Brasil**. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/blog/startup/post/site-que-reune-designers-em-rede-colaborativa-chega-ao-brasil.html>. Acesso em: 22 set. 2019.

HOWE, J. **O poder das multidões**: porque a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. (Trad.) Alessandra Mussi Araújo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade**: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

OPENIDEO: **Social impact powered by design thinking**. Social impact powered by design thinking. 2018. Disponível em: <https://www.openideo.com/>. Acesso em: 15 jul. 2020.

PLATAFORMA **Ideaken**. 2018. Disponível em: <https://http://www.ideaken.com>. Acesso em: 03 set. 2020.

PLATAFORMA 99DESIGNS. www.99designs.com.br (2020). Acesso em: 03 set. 2018.

RAHMAN, H.; RAMOS, I. **Open Innovation in SMEs**: From Closed Boundaries to Networked Paradigm. *Issues in Informing Science and Information Technology*, vol.7, pp.471-487, 2010.

SCHEMMANN, B.; HERRMANN, A. M.; CHAPPIN, M. M. H.; HEIMERIKS, G. J. **Crowdsourcing ideas**: Involving ordinary users in the ideation phase of new product development. *Research Policy*, n. 45, p. 1145–1154, 2016.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

VIVACQUA, A. S.; GARCIA, A. C. B. Ontologia de colaboração. *In*: FUCKS, H.; PIMENTEL, M. (org.). **Sistemas colaborativos**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2011, p. 34-49.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ações sociais 92, 93, 94, 95, 96
Ambiente de trabalho 60, 68, 150, 157
Análise multicritério ou apoio multicritério à decisão 51
Arranjos produtivos 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10

B

Biblioteca 11, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 151
Bibliotecas universitárias 25, 26, 28, 29, 30, 43

C

Contadores 163, 164
Culpabilidade 173, 174, 175

D

Degradação ambiental 122
Desarrollo 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 24, 136, 137
Direito penal 173

E

Ecoturismo 122, 136, 137
Educação profissional e tecnológica 1, 2, 8, 10
Estratos empresariales 14

F

Formação de lideranças 151

G

Gestão dos produtos turísticos 139, 140
Gestor 55, 74, 81, 159

H

Hospedagem 126, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172

I

Imputabilidade 173, 174, 175, 177
Inovação 25, 26, 27, 30, 31, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 60, 61, 62, 66, 68, 69, 70, 88, 139, 153

Inteligência de mercado 72, 74, 75, 76, 77, 80, 81, 82, 85, 87, 88, 90
Inteligência emocional 149, 150, 151, 153, 154, 159, 160, 161
Interesse público 45, 98, 99
Inventários dos recursos 139, 140, 145

M

Meio ambiente 96, 121, 123, 143
Mercado de varejo 73
Mercados 17, 59, 76, 78, 79, 112, 114, 143
Micro y pequeña empresa 14, 15, 18
Mulher 126, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172

O

Organização Mundial de Saúde 101, 177

P

Patriarcalismo 168
Perfil de liderança 149, 156, 157
Perícia contábil judicial 162, 163
Perito 163, 164
Plano de desenvolvimento industrial 45, 47, 56
Plataformas colaborativas 58, 59, 60, 61, 62, 68, 69, 70
Políticas públicas 1, 10, 12, 45, 57, 95, 96, 97, 100, 102, 110, 172
Procesos de producción 14
Produto Interno Bruto 3, 11, 107
Produtos inovadores 59, 68
Projetos sociais 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99

R

Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica 2

S

Sociedade contemporânea 26, 42

T

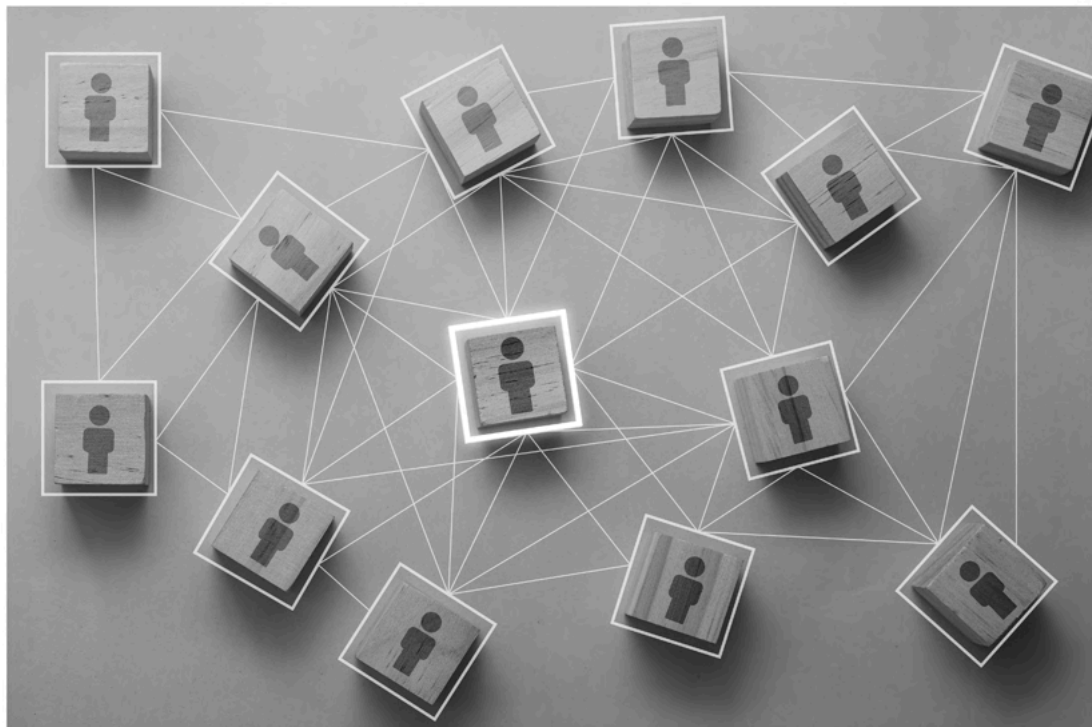
Teoria da inteligência emocional 149, 150, 151
Terceiro setor 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99

U

Universidade 1, 25, 26, 31, 34, 56, 58, 89, 99, 100, 120, 123, 124, 139, 149, 153, 171, 172, 173, 200

V

Violência 100, 101, 105, 110, 116, 118, 119, 153, 167, 169, 172



Ciências sociais aplicadas: **ENTRE O APLICADO E O TEÓRICO**



www.atenaeditora.com.br



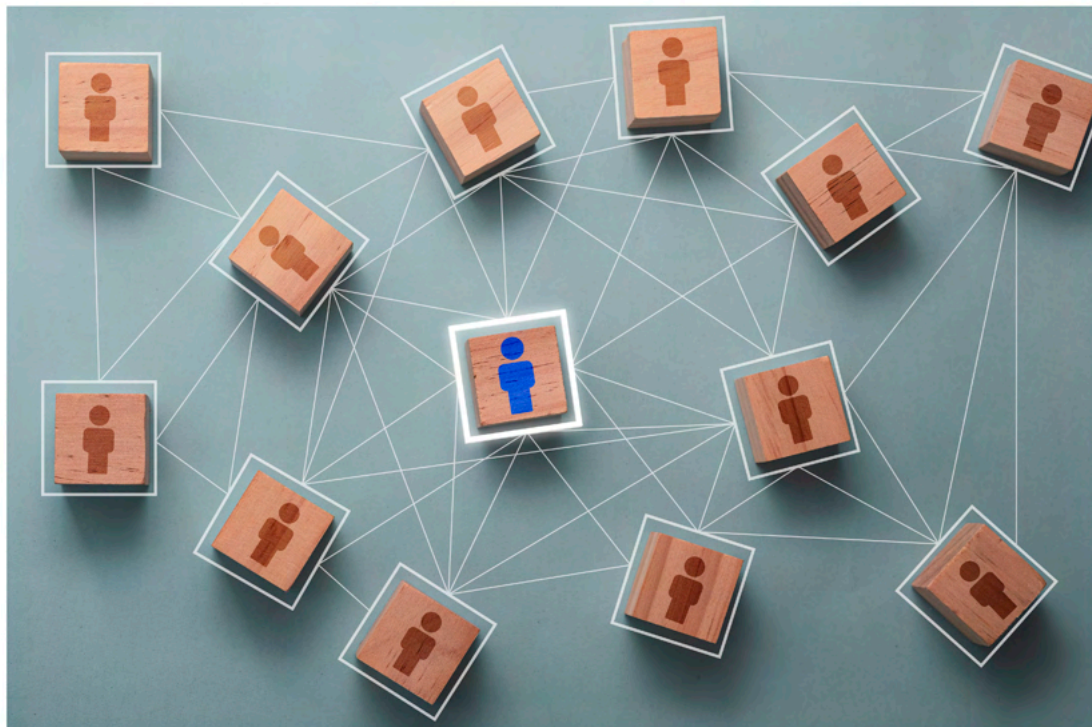
contato@atenaeditora.com.br







[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Ciências sociais aplicadas: **ENTRE O APLICADO E O TEÓRICO**

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br