



***Relatório Final - Projeto de Processos de Gestão e Inovação  
Licenciatura em Engenharia Informática***

Docente:

Maria Clara Luxo Correia

Discentes:

Pedro Sousa da Costa - nº 2022220304

João Nuno Souteiro Bugalho Coelho - nº 2021275030

Alexandre Ferreira Verde Fonseca - nº 2022223121

André Peixoto Torga Teixeira - nº 2022231134

Gustavo Oliveira Pinto - nº 2022234185

Luana Carolina Cunha Reis - nº 2022220606

Miguel Borges Pereira Silvério - nº 2022214937

**Coimbra, 20 de dezembro de 2024**

### **Introdução**

No contexto da disciplina de Processos de Gestão e Inovação, desenvolvemos, ao longo do primeiro semestre do presente ano letivo, uma aplicação móvel intitulada *Eventure*, como parte de um projeto focado na identificação de problemas enfrentados pelos estudantes universitários e na criação de soluções inovadoras. Este projeto teve como objetivo aplicar os conceitos e ferramentas de gestão e inovação aprendidos, aliados aos conhecimentos técnicos de outras disciplinas, de forma a alcançar uma solução prática e impactante para a comunidade universitária de Coimbra.

A proposta final visa centralizar e facilitar a divulgação de eventos académicos e sociais, atendendo às necessidades específicas de estudantes e organizadores, ao mesmo tempo que reforça o papel da tecnologia na melhoria da experiência universitária.

### **I – Proposta de valor**

#### **1. Que produto/serviço desenvolvemos?**

O produto/serviço desenvolvido foi a *Eventure*, uma aplicação móvel que centraliza e organiza informações relativas principalmente a eventos académicos, mas também sociais e culturais. O objetivo é fornecer uma plataforma que localiza e divulga eventos em tempo real, exibindo-os num mapa com detalhes claros, tais como data, horário, local, tipo e categoria do evento. Adicionalmente, permite que os utilizadores filtrem eventos de acordo com o seu interesse e que os organizadores promovam e coordenem as suas iniciativas de uma forma mais eficaz.

#### **2. Que problema/oportunidade estamos a aproveitar?**

Por um lado, a divulgação de eventos (entre os quais académicos) é fragmentada e geograficamente desorganizada. Como estas informações se encontram espalhadas em várias plataformas e canais de comunicação, os organizadores enfrentam uma adesão menor e uma dificuldade acrescida em alcançar o público-alvo pretendido.

Por outro lado, estamos a aproveitar a possibilidade de unificar a divulgação digital com um sistema centralizado e intuitivo, criando uma plataforma que associa a localização e os detalhes dos eventos ao momento em que ocorrem. Deste modo, é simplificado o processo de descoberta para os participantes e o processo de promoção para os organizadores.

#### **3. A que mercado nos dirigimos/qual o nosso público-alvo?**

O nosso produto é dirigido a dois tipos de clientes: organizadores e frequentadores de eventos.

Para frequentadores de eventos, temos como público-alvo alunos universitários, interessados em participar em eventos académicos e que estão insatisfeitos com a falta de conhecimento relativa a estes mesmos eventos.

Para organizadores de eventos, temos como público-alvo núcleos de estudantes, interessados em divulgar melhor os seus eventos, que estão insatisfeitos com a fraca adesão aos seus eventos e/ou com a dificuldade em divulgá-los.

#### **4. Qual a nossa proposta de valor?**

O nosso produto traz o benefício de centralizar toda a informação sobre eventos e exibi-la no mapa, com todos os seus detalhes associados. Alguns desses detalhes são data, hora, contactos de organizadores, tipo de evento e contas de redes sociais associadas ao evento. Com este serviço, retiramos a necessidade de usar várias redes sociais, por vezes com pouca informação associada, tanto para tomar conhecimento de eventos como para alcançar alunos interessados.

### 5. Qual o tipo de inovação aplicado no nosso projeto?

As redes sociais têm uma ótima capacidade de transmitir informação a um grande conjunto de pessoas. No entanto, esta transmissão não é a mais eficaz, pois é necessário fazê-la utilizando várias redes sociais, dificultando a comunicação na direção inversa. Algumas plataformas já se distinguem nesta área de divulgação de eventos, tais como a **Coimbra Colectiva**[3] e a aplicação **Meetup**[2].

No entanto, a inovação presente no nosso projeto é centrada na funcionalidade do mapa interativo, permitindo uma partilha diferente e mais eficaz de eventos realizados em ambiente académico, utilizando uma interface mais adequada à partilha dos mesmos e facilitando a comunicação organizador-participante.

Uma vez que o que difere a *Eventure* dos demais concorrentes são as suas funcionalidades, a inovação presente neste produto encontra-se na categoria de *Offering*, mais especificamente em *Product Performance*.

Adicionalmente, a aplicação foi desenvolvida com base nos princípios de inovação aberta, uma vez que incorporou os diferentes pontos de vista de entidades externas à equipa. Nomeadamente, a gestão simplificada de eventos e a personalização dos mesmos.

## II – Lean Canvas

Que versões fizemos do *Lean Canvas* e qual a versão atual do *Lean Canvas*, após os resultados do terreno?

Foram realizadas duas versões do *Lean Canvas*: a primeira versão foi realizada antes de analisar os resultados através dos formulários realizados, bem como a segunda entrevista (*Parte VIII*) a Early Adopters (NEI e alunos do LEI). A segunda versão foi então atualizada após a análise consoante os interesses do produto.

Primeira versão:

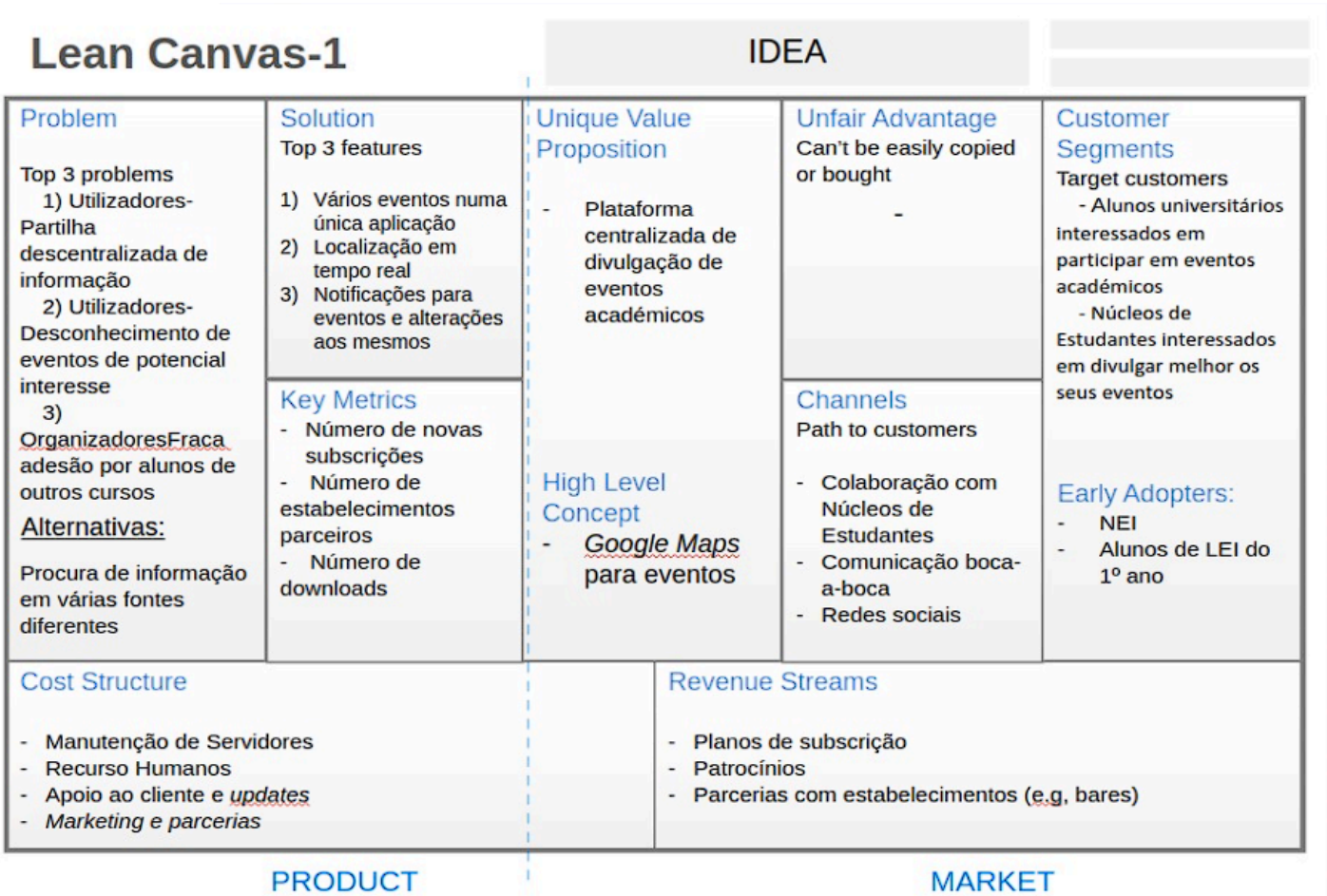


Fig. 1 - Primeira versão do *Lean Canvas*

Versão atual:

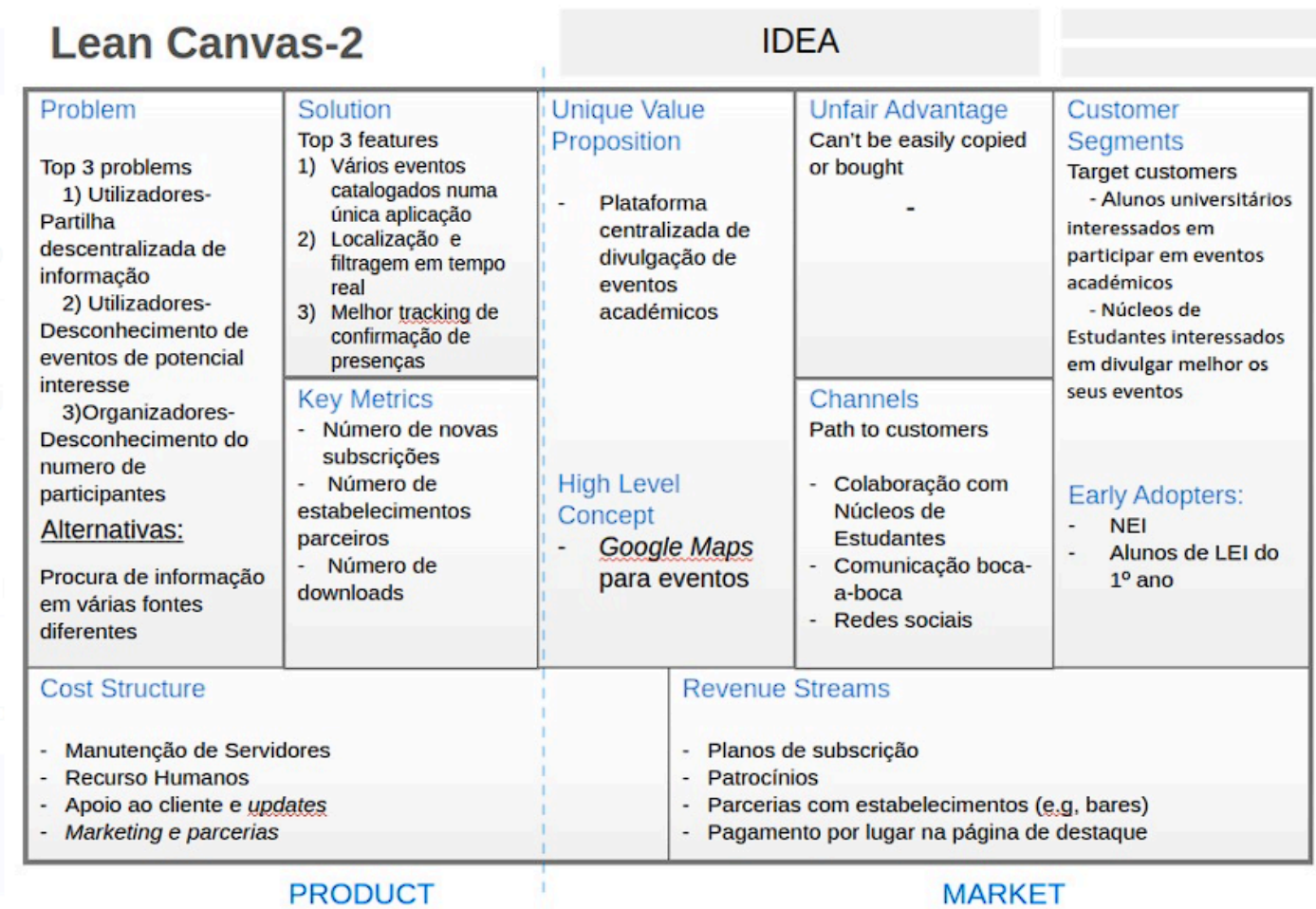


Fig. 2 - Versão atual do Lean Canvas

III – MVP/Produto

O desenvolvimento do MVP seguiu os princípios lecionados de *Customer Development* para validar hipóteses e alinhar as funcionalidades do produto às necessidades reais dos utilizadores. Este processo foi baseado em *feedbacks* de entrevistas e questionários realizados com núcleos estudantis e alunos, combinando *insights* qualitativos com as premissas de um *Minimum Viable Product (MVP)*.

Numa primeira fase, lançámos o *website* com uma versão primitiva da aplicação. Esta versão apenas permitia navegação no mapa e possuía uma secção de *Featured Events*. Após receber *feedback* de associações como o NEI e de potenciais utilizadores da *app*, várias alterações foram feitas.

De forma a viabilizar um sistema de subscrições *premium*, os eventos passaram a ser distribuídos por categoria (*common*, *rare* e *premium*) sendo que cada uma destas categorias está associada a um nível de visibilidade e exclusividade dentro da aplicação. A anterior *feature* viabiliza a criação de subscrições para organizadores. Já para utilizadores, as subscrições permitem o acesso a opções de filtragem avançadas (categoria, tipo, data, hora, etc.)

III.1 Funcionalidades

O MVP foi estruturado com base em *feedback* direto e questionários realizados com núcleos de estudantes e alunos. As principais características e funcionalidades incluem:

1. Visualização Geográfica e Temporal

Uma das principais características é a exibição de eventos num mapa interativo com localização e horários associados. Deste modo, centraliza a informação e apresenta-a ao utilizador de uma forma simples e intuitiva. As cores desempenham um papel crucial na *interface* e experiência do utilizador. No mapa, eventos de diferentes categorias são representados por cores distintas, facilitando a identificação rápida do tipo de evento. Por exemplo, os

eventos do tipo *party* são destacados no mapa com um ícone laranja, uma escolha que complementa a imagem de marca da aplicação, enquanto transmite o espírito vibrante desses eventos - “Evoca emoções como entusiasmo, simpatia, criatividade, aventura, confiança e coragem. É melhor usado para conteúdos com uma vibração alegre e reconfortante.” [ 1 ]

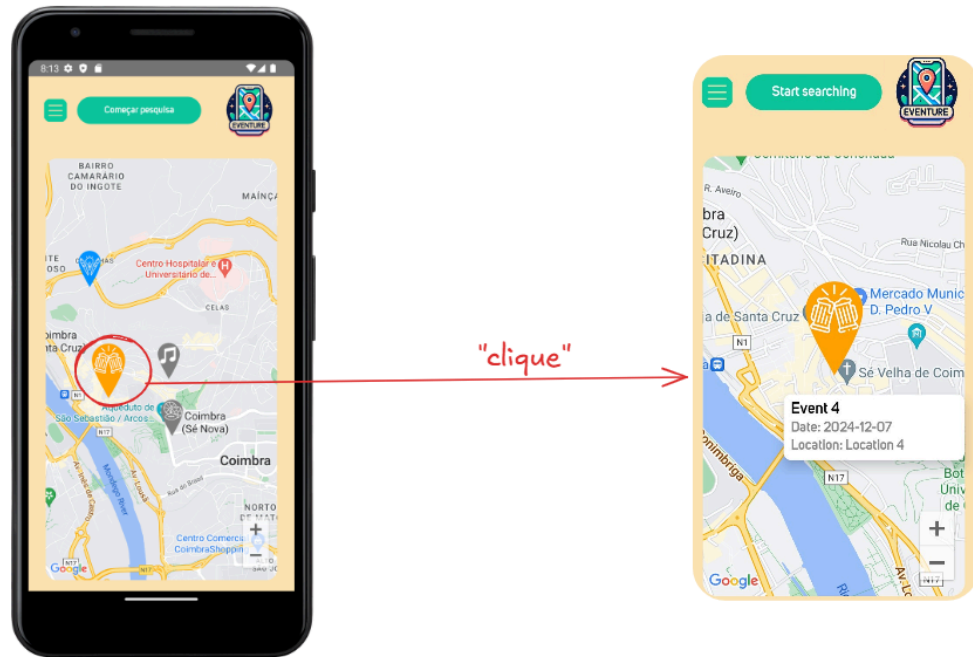


Fig. 3 - Evento de tipo “Party” na app

## 2. Pesquisa e Filtragem de Eventos

É permitido aos utilizadores filtrar eventos por categorias/tiers (*premium, rare, common*), por tipo (*workshop, sports, music, party, other*) e também por data e hora, quer seja através do calendário ou por seleção de filtros. Estas funcionalidades personalizam a experiência do utilizador e representam uma mais valia da subscrição *premium*.

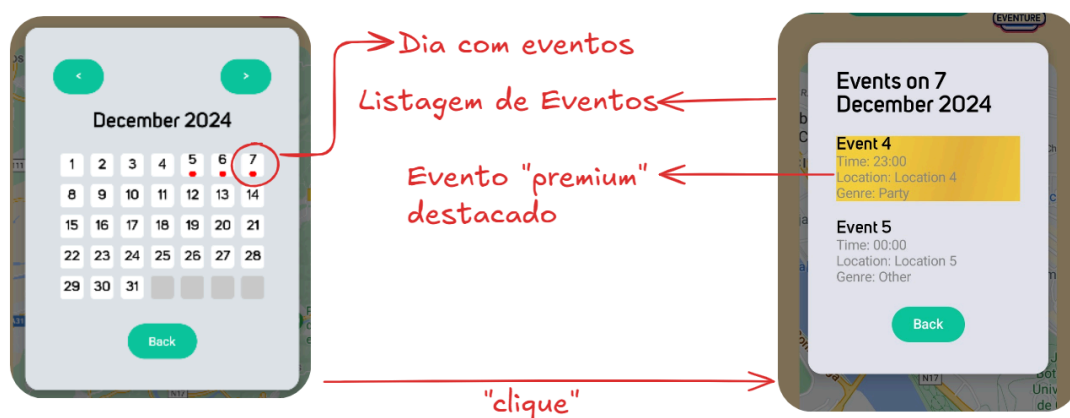


Fig. 4 - Calendário de eventos



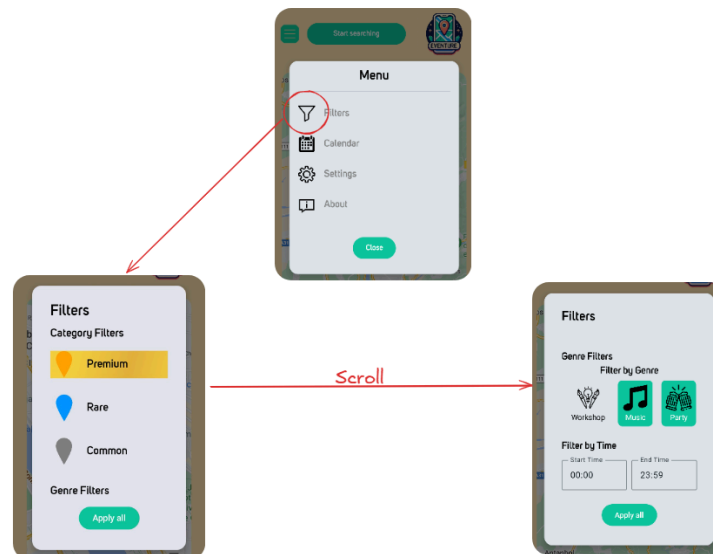


Fig. 5 - Filtragem de eventos

### 3. Detalhes Completos do Evento

Cada evento tem uma *event card* associada onde se encontram mostrados o tipo, categoria e o logótipo do organizador da iniciativa. Além disso, também é possível o organizador personalizar a *event banner*, destacando assim o seu evento ainda mais. Se o utilizador seleccionar a *event card*, este será reconduzido para a página do evento que fornece descrições detalhadas, incluindo informações de contacto, *links*, requisitos de participação e uma caixa de comentários para interagirem com o organizador.

Este recurso foi priorizado após o *feedback* de organizadores, que valorizam uma plataforma clara e apelativa para a divulgação.



Fig. 6 - Listagem e detalhes de evento

### 4. Sistema de categorias/tiers e tipos

Inspirado em sugestões dos entrevistados para tornar os eventos *premium* mais atrativos e facilmente identificáveis, foi implementado um sistema de categorias/tiers (*common*, *rare* e *premium*) e tipos com ícones intuitivos, de forma a diferenciar visualmente os eventos no mapa, destacando os mais relevantes.



Fig. 7 - Categorias e tiers de eventos

### 5. Notificações e Atualizações em Tempo Real

Uma funcionalidade planeada para futuras versões da aplicação *Eventure* é o envio de notificações personalizadas e atualizações em tempo real.

A ideia é permitir que os utilizadores recebam alertas sobre eventos que correspondam às suas preferências e interesses previamente definidos, como tipo de evento, localização ou horário. Por exemplo, um utilizador interessado em *workshops* seria notificado sempre que um novo evento dessa categoria fosse adicionado à sua área de interesse. Da mesma forma, mudanças importantes, como alterações no horário ou cancelamentos, seriam comunicadas imediatamente através de notificações em tempo real, garantindo que o utilizador esteja sempre atualizado. Esta função visa melhorar a experiência do utilizador, tornando a aplicação mais dinâmica, interativa e adaptada às necessidades individuais.

No entanto, encontra-se, ainda em fase de planeamento, com foco na definição dos mecanismos técnicos e estratégicos necessários para uma futura implementação.

### 6. Opções de Acesso como Organizador

Aquando do registo na aplicação, encontra-se disponível a opção de organizador, associada a um plano de subscrição diferente e que permite várias funcionalidades, tais como a publicação de eventos e destaque dos mesmos. Como a UVP é uma plataforma centralizada de eventos académicos, acrescentámos uma página de perfil para os organizadores, que possui uma listagem de todos os eventos organizados e uma avaliação de 0 a 5 estrelas, permitindo desta forma aos organizadores obter feedback das suas iniciativas.

Estas ferramentas para criação e promoção de eventos, permitem que os núcleos universitários publiquem diretamente e acompanhem a adesão às suas iniciativas.

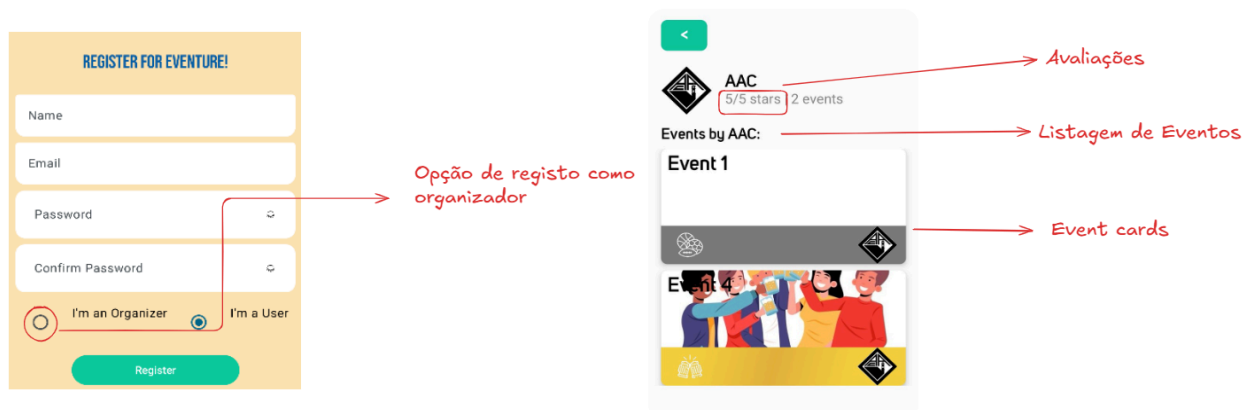


Fig. 8 - Registo de organizador e informações associadas

## Processos de Gestão e Inovação (PGI) [2024/2025]

A proposta de valor da *Eventure* é a criação de uma “Plataforma centralizada de divulgação de eventos académicos”. As funcionalidades do MVP foram desenhadas para:

**Centralizar e Organizar:** O mapa interativo e as categorias de eventos organizam informações previamente dispersas em redes sociais e grupos diversos.

**Aumentar a Acessibilidade:** Notificações, pesquisas customizadas, e detalhes completos garantem que os utilizadores tenham as informações necessárias no momento certo.

**Facilitar a Promoção:** Ferramentas para organizadores simplificam a divulgação, economizam tempo e oferecem *insights* para melhorar futuras campanhas.

**Diferenciar pela Experiência:** *Tiers* visuais e filtros personalizados tornam a experiência do utilizador mais imersiva e prática, destacando eventos de uma forma apelativa.

### IV - Como fizemos a sua divulgação?

Para fazer a divulgação usámos a rede social *Instagram* e o nosso *website*.

Link do Instagram: <https://www.instagram.com/eventure.dei/>

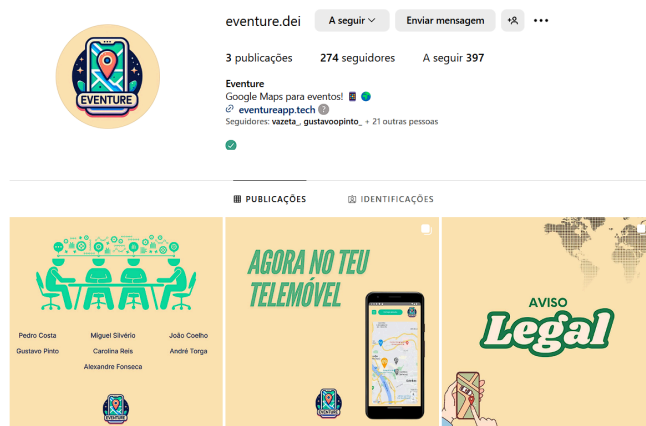


Fig. 9 - Instagram @eventure.dei

Iniciámos a nossa atividade no *Instagram* fazendo um *post* com um Aviso Legal. De seguida, lançámos publicamente e pela primeira vez a nossa aplicação, disponível para download através do nosso *website* ([eventureapp.tech](https://eventureapp.tech)). Finalmente, o *post* mais atual foi realizado com o intuito de dar a conhecer a nossa equipa ao público. Além disso, temos também na descrição da conta @eventure.dei um *link* para o nosso *website*.

A divulgação do produto através do *Instagram* mostrou ser eficaz, alcançando um excelente número de pessoas (2496 visualizações ([Parte V](#))).

Link do site: <https://eventureapp.tech/index-app.html>

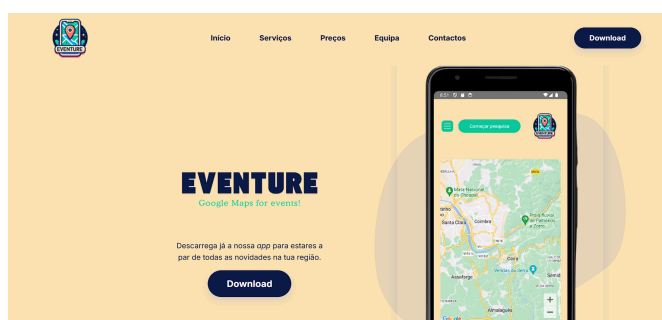


Fig. 10 - Página inicial do website



A página inicial do nosso *website* possui opções para ver os serviços disponibilizados, os preços dos planos existentes, a equipa por detrás do produto e contactos para efeitos de apoio ao cliente. Além disso, é possível fazer *download* de um ficheiro .apk, para instalar a nossa *app*. Existem até o momento 101 visualizações do *website*, número consideravelmente menor comparado com o Instagram, ainda que elevado.

Sendo assim, podemos dizer que, até ao momento, partilhámos com sucesso o nosso produto em todos os meios de comunicação disponibilizados.

V – Impacto

Analytics da conta de Instagram (@eventure.dei):

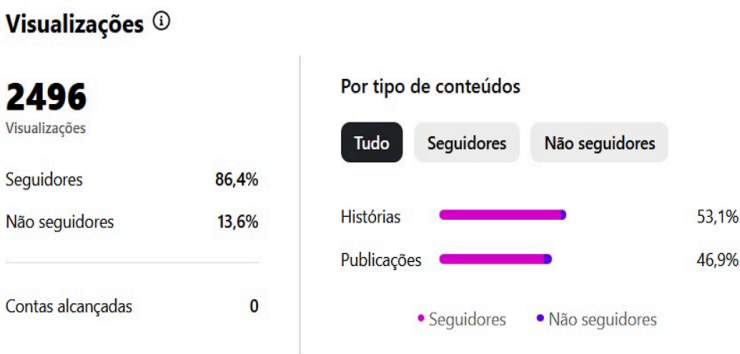


Fig. 11 - Analytics da conta de Instagram

Como podemos ver na Fig. 11, a página de Instagram mostrou-se um excelente meio de divulgação, tendo 274 seguidores no momento. Os *posts* tiveram uma média de 35 likes, existindo assim uma boa interação com a página.

Até ao momento, temos 2496 visualizações da página, o que mostra que conseguimos atingir um número elevado de visitantes, partilhando com sucesso o nosso produto.

Analytics do website:



Fig. 12 - Analytics do website

Como podemos ver na [Fig. 12](#), o *website* teve uma afluência relativamente elevada, ainda que menor comparada com a conta de *Instagram*, com 60 utilizadores nos últimos 14 dias e 58 novos utilizadores. Existiram dois picos, o primeiro que coincide com a publicação feita no dia 5 de dezembro, quando lançámos a *app* publicamente, uma vez que para o *download* da mesma é necessário entrar no *website*. O segundo pico coincide com a apresentação realizada no dia 13 de dezembro, onde no final da mesma partilhámos o *link* para o *website* através de um QR code.

Analytics da app:

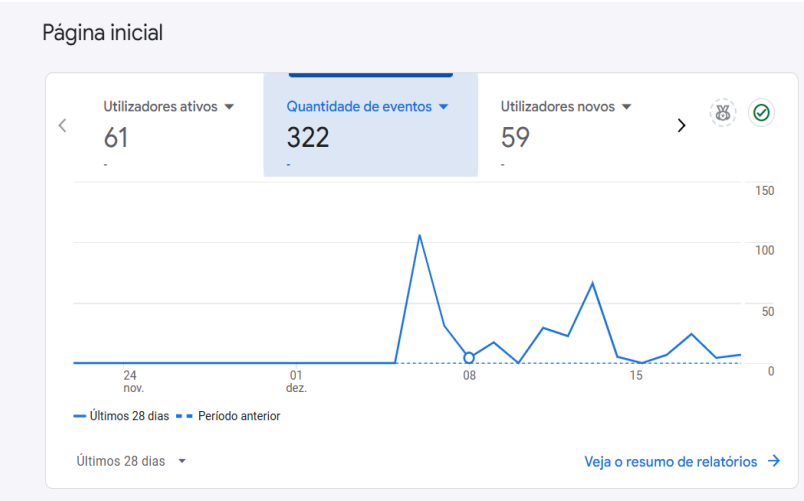


Fig. 13 - Analytics da app

Como demonstrado na [Fig. 13](#), a aplicação retém um número equivalente de utilizadores ativos e utilizadores novos, em comparação com o *website*. Isso poderá indicar que as pessoas que visitam o *website* desejam utilizar a aplicação. O número de eventos incluídos também demonstra que estes não são apenas utilizadores curiosos e que estão a haver interações reais com a *app*. Tal como na [Fig. 12](#), podemos localizar um aumento de utilizadores nos dias 5/12 e 13/12, por razões similares.

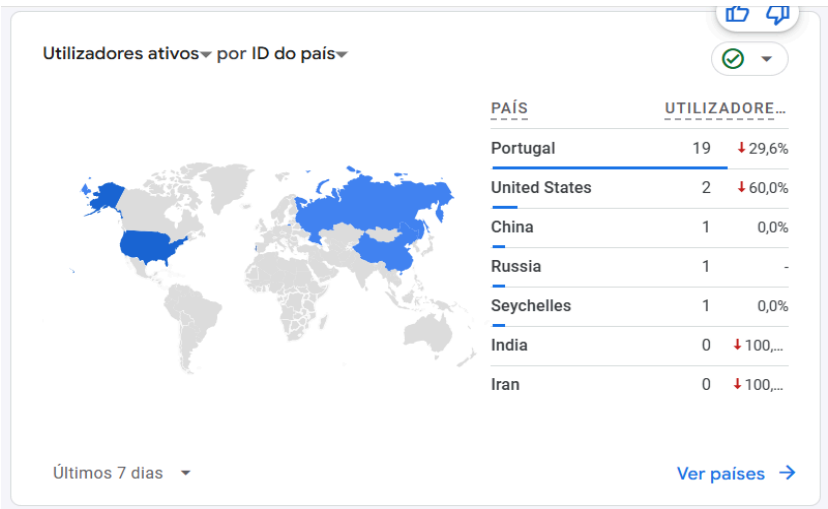


Fig. 14 - Países dos utilizadores da app

## Processos de Gestão e Inovação (PGI) [2024/2025]

Um possível indicador de sucesso, será o facto de que, entre os nossos utilizadores, alguns destes demonstram ser de outros países, nomeadamente dos Estados Unidos, China, Rússia, entre outros, como pode ser demonstrado pela [Fig. 14](#). Isto poderá ser um indicador do potencial que esta ideia pode vir a ter noutras regiões.

### Outras Analytics:

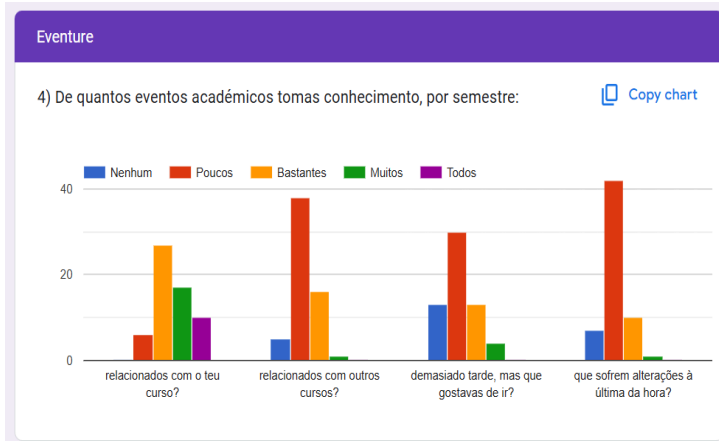


Fig. 15 - Informação obtida através dos formulários sobre eventos

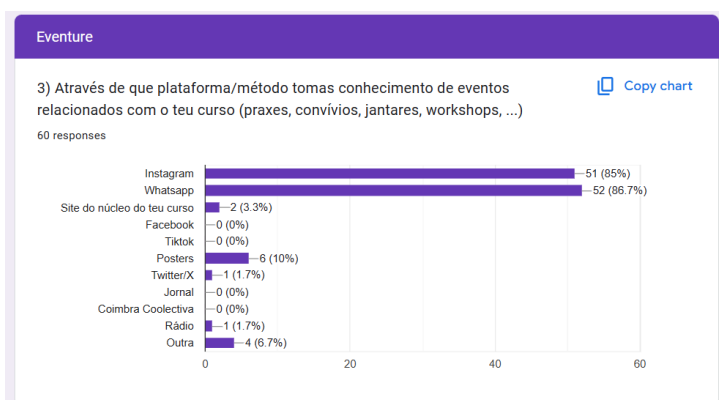


Fig. 16 - Informação obtida através dos formulários sobre os métodos de distribuição de informação

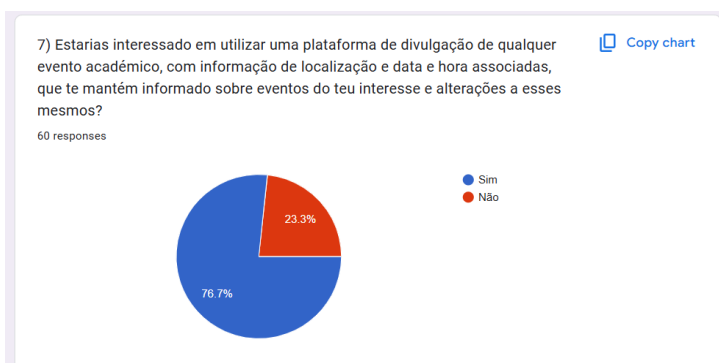


Fig. 17 - Informação obtida através dos formulários sobre o possível interesse na nossa aplicação

Os valores obtidos acima ([Fig. 15-17](#)) foram retirados de um formulário realizado aos estudantes do curso de LEI, cerca de 60 pessoas responderam. Na [Fig. 15](#) podemos observar que a maioria das pessoas já tiveram problemas com certos eventos, seja a sua descoberta demasiado tardia, ou a mudança de uma informação crucial, o que reforça a nossa proposta de valor. A [Fig. 16](#) refere aos métodos de comunicação que as pessoas usam para tomar conhecimento dos eventos e o número de pessoas que os usam, apesar do facto que a maioria das pessoas já têm métodos de obter essa informação, outra possível interpretação será que, devido a várias formas serem usadas por mais de 50% das pessoas que responderam, indica que um elevado destes usa 2 ou mais formas, logo combinar todas

## Processos de Gestão e Inovação (PGI) [2024/2025]

estas formas numa única aplicação seria uma possível forma de facilitar a partilha de informação. A [Fig. 17](#) demonstra que existe um elevado número de pessoas que demonstra interesse na nossa proposta de valor.

### VI – Conclusões

Do nosso ponto de vista, este projeto demonstrou ser particularmente enriquecedor, uma vez que desenvolver uma ideia de negócio vai além da simples criação de um produto ou serviço. Desde a fase inicial de *'brainstorming'* até à formulação de uma ideia viável, passando pela condução de questionários para avaliar as necessidades do público-alvo, até à estruturação do projeto num modelo *Lean Canvas* que organizasse logicamente o conceito.

Com isto, compreendemos a complexidade e os desafios inerentes ao lançamento de um novo negócio. Este projeto despertou em nós um renovado interesse em prosseguir com o desenvolvimento do produto proposto. Após a conclusão deste semestre, identificaremos os trajetos mais promissores para avançar com esta iniciativa.

Com o projeto já numa fase avançada, reconhecemos que uma divulgação amplificada nas redes sociais poderia potencializar a interação do público e, consequentemente, aumentar o interesse pelo nosso produto.

Ademais, constatamos que compreender as necessidades do público-alvo é um aspecto crucial. Tal entendimento permite que, antes do lançamento oficial do produto, possamos dedicar-nos continuamente à sua otimização.

Em suma, a execução deste projeto proporcionou uma compreensão ampla e detalhada do processo de conceção e desenvolvimento de uma ideia de negócio, culminando com a sua efetiva introdução no mercado.

### VII - Avaliação

Auto-avaliação e Hetero-avaliação:

Auto-avaliação	Nota (1 a 20)
Grupo (nota global para a actividade)	20
<b>Hetero-avaliação (avaliação intra-grupo)</b>	
Aluno 1 (Pedro Sousa da Costa)	20
Aluno 2 (João Nuno Souteiro Bugalho Coelho)	20
Aluno 3 (Alexandre Ferreira Verde Fonseca)	20
Aluno 4 (André Peixoto Torga Teixeira)	18
Aluno 5 (Gustavo Oliveira Pinto)	18
Aluno 6 (Luana Carolina Cunha Reis)	20
Aluno 7 (Miguel Borges Pereira Silvério)	16

### VIII – Anexos

Link do Instagram: <https://www.instagram.com/eventure.dei/>

Link do website: <https://eventureapp.tech/index-app.html>

#### Questionário Núcleo de Estudantes (31/10/2024 feito ao Presidente do NEI, por João Coelho)

##### Q1: Qual a percentagem de eventos que não têm a adesão desejada?

R1: Fazem cerca de 100 eventos (por ano?, não cheguei a registar), mas 70% dos eventos deles não têm a adesão expectada.

##### Q2: Porquê?

R2: Saturação e falta de disponibilidade dos alunos, não tanto por falta de divulgação.

##### Q3: Em que plataformas publicam os vossos eventos?

R3: *LinkedIn*, *Instagram*, *Website*, e grupos de *Whatsapp* de alunos.

## Processos de Gestão e Inovação (PGI) [2024/2025]

---

**Q4: Quão frequente informações críticas acabam por ser alteradas até à realização do evento?**

R4: 90% a 95% dos eventos NÃO sofrem alterações até à data da sua realização.

**Q5: Consideram que estas alterações são um entrave à adesão?**

R5: Não (óbvio), se algum evento sofrer alterações, os interessados conseguem facilmente consultar as alterações. No entanto, em eventos maiores (*ShiftHappens*, ...), mudanças à última da hora são mais difíceis de gerir.

**Q6: Qual é a percentagem dos vossos eventos que teriam interesse em partilhar com estudantes de outros cursos**

R6: Cerca de 40% dos eventos são também virados para alunos de outros cursos.

**Q7: Desses eventos, sentem que a adesão por parte de alunos de outros cursos é boa?**

R7: A adesão é semelhante à dos alunos do DEI e as razões para a eventual falta dela também são as mesmas.

**Q8: Teriam interesse em divulgar os vossos eventos numa única plataforma, disponível a qualquer aluno da UC, que os informasse de qualquer evento académico e das suas respetivas alterações?**

R8: Sim, têm bastante interesse. Ao ponto de já estarem a trabalhar com a Câmara de Coimbra num projeto semelhante (mas não igual...)

### Outras informações:

O CESIUM (Centro de Estudantes de Engenharia Informática da Universidade do Minho) tem um sistema semelhante ao que estamos a pensar já implementado, mas só funciona para o pólo deles. Seria bom analisar isso.

A Câmara de Coimbra tem um calendário de eventos no seu *website*. O calendário é só uma lista de eventos, sem informação geográfica e pouca capacidade de filtragem. No entanto, como estão a trabalhar com a AAC, pode ser também analisado.

Perguntei se estavam dispostos a pagar pela aplicação e eles disseram que não ao modelo “1 Evento - 1 Euro”, mas estavam dispostos a pagar caso fosse um modelo de subscrição. Disseram que um preço justo, para a AAC toda, seria de 50 euros/mês.

Por fim, também aconselharam a fazer uma estimativa de *revenue* para o nosso projeto. Assumindo que cobramos 50 euros/mês, ver quantas associações de estudantes existem no país e assumir que 40% dessas estariam dispostas a pagar esse dinheiro.

### Questionário Núcleo de Estudantes (21/11/2024 feita a elementos do NEI, por João Coelho)

#### 1) Recursos da aplicação em que estariam interessados:

**Q: Publicação e promoção de eventos?**

R: Sim (não desenvolveram muito).

**Q: Tracking de confirmação de presença?**

R: Sim, mais na ideia de ter um número aproximado de pessoas a ir a um evento e não tanto contagem exata de inscrições para um evento. Isto é bom porque assim o NEI pode-se preparar melhor, em termos de inventário, para o evento (o processo de inscrição nos jantares dos carros seria melhor, não seria preciso imprimir senhas para febradas, bebida e comida para convívios seria tida mais em conta...) e ser mais fácil a criação de atas e reuniões que eles fazem após eventos.

**Q: Enviar mensagens diretamente aos participantes?**

R: Pode ser, apesar de não haver grande interesse. Talvez para eventos mais pequenos se justifique (pessoas em situações especiais, como mobilidade reduzida, alergias caso haja comida no evento, coisas desse género...).

**Q: Integração com plataformas de bilhetes?**

R: Há interesse, mas o NEI já tem a sua plataforma. Seria bom se a nossa aplicação também tivesse essa funcionalidade, mas o NEI já é servido de uma, especialmente para o SHIFT e outros eventos em que é preciso um pagamento.

## Processos de Gestão e Inovação (PGI) [2024/2025]

---

### Q: FeedBack, avaliações pós-evento e análise?

R: Seria bom, mas não há grande procura por esse serviço (talvez para eventos maiores, que não são muitos, pelo menos os do NEI).

### 2) Planos de subscrição:

#### Q: Estariam dispostos a pagar?

R: Sim (não me disseram isto desta vez, esta foi a resposta do presidente no NEI na primeira entrevista que fiz), apesar de, claro, preferirem não pagar.

#### Q: Se sim, qual plano de preços preferem?

R: O plano de subscrição. O presidente disse que pagamento por evento era mau e não pareceu que desta vez tivessem ficado muito atraídos com o pagamento por clique.

#### Q: Quais recursos adicionais *premium*?

R: (Começando pela última resposta) Páginas de eventos personalizadas seria uma boa *feature*. Não me falaram se estariam interessados em pagar por essa *feature* diretamente, mas pode estar sempre dentro do plano de subscrição. Análise avançada sobre desempenho não tem grande interesse (os eventos não são assim tão grandes que se justifique ter essa *feature*). A visibilidade exclusiva foi a *feature* que mais gostaram. No entanto, tem de ter o seu valor. Disseram-me diretamente que não pode ser na forma de filtro. Ou seja, não pode ser o *user* a clicar no filtro "Em destaque" para ver os eventos *premium*. Os eventos é que têm de estar, por *default*, mais sobressaídos na aplicação (cor diferente - pensei um sistema parecido ao de *skins* nos jogos, tipo comum, incomum, raro, lendário...), maior tamanho, etc...). Mesmo se o *user* selecionar um filtro que não tenha a ver com o evento em destaque, esse evento tem que aparecer na mesma.

### 3) Segurança:

#### Q: Valorizam recursos que garantam segurança aos participantes?

R: Sim. (não houve muito desenvolvimento nesta resposta)

### 4) Outras preferências?

R: (Não me indicaram nada)

## IX – Referências Bibliográficas

[1] PARIKH, Nidhi – *The Psychology of Color in Social Media* [Em linha]. *Mention*, 7 nov. 2024. [Consult. 20 dez. 2024].

Disponível em: <https://mention.com/en/blog/social-media-psychology-color/>.

[2] MEETUP – Meetup [Consult. 20 dez. 2024].

Disponível em: <https://www.meetup.com/>.

[3] - COIMBRA COLECTIVA – Coimbra Colectiva [Consult. 20 dez. 2024].

Disponível em: <https://coimbracolectiva.pt/>.