

PLANEJAMENTO DE PLATAFORMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS PARA DRAG QUEENS

Janice Gasparetto¹
Rodrigo Duarte Bueno de Godoi²
Valéria Casarotto Feijó³

Resumo:

Este projeto experimental teve por objetivo planejar uma plataforma C2C com extensão em aplicativo que facilite a negociação de produtos de beleza, roupas, calçados e acessórios entre Drag Queens e que ainda possibilite interação e proximidade entre elas, através de um espaço seguro para conversação e interação para estes usuários. Através de uma pesquisa online e de interações dos próprios autores, definiram-se os objetivos e também as necessidades a serem alcançadas pelo projeto. O planejamento do modelo de negócios foi estabelecido através do modelo Canvas.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor. Drag Queens. Produtos de beleza.

¹ Egressa do curso de Publicidade e Propaganda, email: janicegasparetto@unochapeco.edu.br

² Egresso do curso de Publicidade e Propaganda, email: rodrigodurt@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, email: valeria_f@unochapeco.edu.br

INTRODUÇÃO

Drag Queens⁴ são artistas que normalmente trabalham de diversas formas no cenário noturno de casas de shows, teatros e outros palcos, e isso pode ser observado em muitas cidades brasileiras e no mundo todo. Com o advento de vários reality shows, programas e filmes, inclusive internacionais que abordam sobre esta forma de manifestação artística, a visibilidade para estes artistas têm se tornado mais abrangente e acessível. Sendo assim, existem dois lados para esse momento: o dos espectadores, que vêm tendo mais contato com essa manifestação artística, e o lado produtor, onde as próprias drags fomentam um novo mercado na busca por produtos, referências e possibilidades para as suas criações.

Este momento possui um reflexo também no universo digital, onde produtores e espectadores encontram-se e compartilham conteúdos e informações relevantes para ambos os lados através de grupos e páginas de redes sociais. Desta forma, este movimento aproxima e possibilita uma conversação dentre consumidores deste meio.

Através da interação dos acadêmicos com alguns destes artistas, e também, da participação de grupos no Facebook, onde, percebeu-se a ausência de ferramentas que facilitam a negociação, e principalmente, que solucionassem a dificuldade de que as drag queens possuem em encontrar produtos que fossem direcionados a este nicho de mercado, assim, encontra-se um problema e parte-se para a busca da solução.

Para entender a realidade e abrangência do problema, realizou-se uma pesquisa online divulgada em grupos no Facebook, feita durante o período de 14 de Setembro de 2016 até 21 de Outubro de 2016. Através dela, pode-se observar que essa necessidade realmente existe, e que pode-se facilitar a vida dessas artistas com a essa ideia.

Partindo da constatação do problema, a ideia é construir uma plataforma, onde, Drag Queens podem encontrar produtos destinados às suas produções. Cadastrando-se, poderiam vender, comprar ou alugar produtos, sejam roupas, perucas e outros acessórios de/para outras Drag Queens, ou seja, solucionaria-se a dificuldade de encontrar produtos, e também possibilitaria a conexão entre elas.

O objetivo é tornar mais funcional o mercado de produtos. Uma vez que algumas pessoas querem comprar e outras estão com acessórios parados, porque não estabelecer uma conexão de negócio entre ambas as partes? Observou-se que este formato de negócio “consumer to consumer” já é presente em modelos como por exemplo Airbnb⁵, Mercado livre⁶ e MaxMilhas⁷, porém, ressalta-se que o diferencial é estar lidando com especificamente um nicho de mercado.

⁴ O que é ser drag queen? Disponível em: <<https://educacao.umcomo.com.br/artigo/o-que-e-ser-drag-queen-14300.html>> Acesso em 08/09/2016.

⁵ "Airbnb é um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de uma tablet." Airbnb, sobre. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/about/about-us>. Acesso em 08/09/2016.

⁶ "O MercadoLivre é o maior mercado online brasileiro, onde milhares de pessoas se encontram para comprar e vender seus produtos diariamente". Snippet em destaque do google, disponível em: <https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=o%20que%20%C3%A9%20mercado%20livre>. Acesso em 08/09/2016.

Segundo reportagem da revista *Época*⁸, o mercado das tecnologias da informação e comunicação vêm crescendo, uma vez que o acesso a internet tem se tornado mais acessível para todos os públicos no Brasil. Sendo assim, este acesso elevado despertou o interesse de muitas organizações e atraiu olhares para esta nova possibilidade de negociação e interação com os consumidores.

Segundo dados da agência Brasil⁹, o comércio online registrou um crescimento de 15% em seu faturamento, no ano de 2015. Se levarmos esse dado em consideração ao fato de que a crise econômica tem afetado praticamente todos os setores econômicos brasileiros, significa que temos uma potência de crescimento grande para setores de venda online. Ainda segundo os dados da agência Brasil, estima-se que em 2016 haja um crescimento de 8% em relação a 2015.

Observando os dados expostos acima, acredita-se que o mercado de compras online apresenta-se como um mercado promissor e também está entre as principais tendências das tecnologias de informação e comunicação.

O conceito de cultura do compartilhamento vêm para reforçar o posicionamento quanto ao projeto. Uma vez que, entende-se a cultura do compartilhamento como uma possibilidade de conversação entre as pessoas, que, facilitada através de ferramentas digitais, possibilita a troca de informação, conhecimentos, e inúmeros outros artifícios.

Lemos (2002,p1 123) explica que a internet criou “uma revolução sem precedentes na história da humanidade. Pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária”. A possibilidade e a facilidade de trocar informações e compartilhar conteúdo criou uma cultura de compartilhamento nesse meio. LEMOS, 2002, p.1 *apud* FURINI, 2015, p. 80.

A partir da percepção da cultura do compartilhamento, percebeu-se também, a tendência que há nas mídias sociais e também na comunicação entre as pessoas como um todo, onde, consumidores estão se conectando e buscando a negociação entre si de mercadorias, caracterizando o mercado de negócios C2C, onde consumidores conectam-se e buscam a compra e venda, sem necessariamente estarem ligados a alguma empresa.

Neste sentido, o aumento de plataformas C2C, como modelos de negócios, possui uma notória geração de receita econômica. Como por exemplo, de acordo com dados apresentados em um artigo publicado¹⁰ no site e-commerce.org, a plataforma do Mercado

⁷ “Solução que conecta pessoas que querem vender suas milhas aéreas com quem precisa comprar passagens por preços mais acessíveis”. MaxMilhas, quem somos. Disponível em <https://www.maxmilhas.com.br/quemsomos>. Acesso em 08/09/2016.

⁸ Matéria divulgada no site da revista *Época*. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2016/01/mercado-de-tecnologia-da-informacao-deve-crescer-26-em-2016-aponta-idc.html>. Acesso em 10/09/2016.

⁹ Matéria divulgada no site folha Uol. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-02/comercio-eletronico-registra-crescimento-de-15-em-2015>. Acesso em 10/09/2016.

¹⁰ Artigo disponível no endereço a seguir: <http://www.e-commerce.org.br/comercio-eletronico-c2c/>. Acesso em 10/09/2016.

Livre no Brasil, possibilita a concretização de cerca de 1 milhão de transações mensais no país. Em 2012, a sua receita líquida, dos 13 países onde atua, chegou a US\$ 373 milhões.

A conexão entre os próprios consumidores vem se tornando uma possibilidade de as pessoas terem acesso ao que procuram, sem necessariamente estarem ligadas a alguma marca. Neste sentido, plataformas web e aplicativos tornam-se intermediários dentre essa conexão, facilitando a conversação entre consumidores.

O cenário do mercado para drag queens recentemente vem tendo uma inserção na mídia e na indústria do entretenimento, desencadeados por diversos fatores, os quais, já foram levantados e expostos no presente trabalho. Sendo assim, o potencial de mercado para os produtores deste meio ainda é pouco explorado, por ser um tanto quanto marginalizado e esquecido.

Para Paul Thompson¹¹, fundador da LGBT Capital, “especialistas em consultoria de investimentos para o mercado gay”, o Brasil “é um mercado em franco desenvolvimento com potencial de R\$ 300 bilhões. Acredito no poder do ‘pink real’”.

Justifica-se pelo interesse pessoal em esboçar esta plataforma, para um público que sempre esteve à margem da sociedade e que muitas vezes ainda não são reconhecidas pelas suas produções. E também, através de interações dos acadêmicos com algumas drag queens, percebeu-se a importância do empoderamento e fortalecimento da classe, e para isso, buscou-se trazer visibilidade e notoriedade para a mesma.

Este artigo é originário do projeto experimental do curso, de autoria dos autores do presente artigo orientados pelo professor mencionado acima.

1. DIFERENCIAL INOVADOR

De acordo com ESTEVES (2014)

Inovar é encontrar soluções para pequenos ou grandes problemas. Não significa necessariamente “inventar a roda”. Significa quebrar padrões. Encontrar novas maneiras de fazer algo que já é feito há muito tempo, sempre do mesmo jeito. É resolver problemas ou se antecipar a eles.

Através do exposto acima, pode-se brevemente compreender o fator inovador, como um fator que reinventa processos e/ou metodologias, tornando-os mais fáceis e/ou resolvam problemas de forma diferente (e melhor) da qual normalmente é resolvido. Para se compreender os fatores inovadores, existem níveis de inovação, dos quais, a inovação incremental é apresentada como modelo a ser seguido.

O projeto propõe trazer uma inovação que pode ser classificado como incremental, visto que, a partir do benchmark realizado, detectou-se empresas que atuam de forma semelhante a que se projeta para a presente proposta, porém, a inovação incremental se dá no momento em que busca-se trabalhar com um nicho de mercado.

¹¹ Entrevista disponível no endereço: <http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/01/empresas-eua-avalia-mercado-gay-no-brasil-e-poder-do-pink-real.htm>. Acesso em 10/09/2016.

Segundo a cartilha de inovação do Sebrae¹², inovação incremental pode ser entendida como:

melhorar algo que já exista (produto, processo, serviço ou organização da produção dentro de uma empresa) sem que ocorram grandes alterações na estrutura vigente (padrão tecnológico, indústria, setores e mercados). SEBRAE, 2016.

Reitera-se que, a partir da compreensão da demanda, buscou-se melhorar formas de negociação já existentes, porém, adaptando-as para a realidade do público específico com o qual pretende-se trabalhar. A partir da necessidade destes consumidores, adaptar-se-á soluções e incrementar-se-á de forma a melhorar os processos.

2. DIAGNÓSTICO DO CENÁRIO

Realizou-se uma pesquisa¹³ online através da plataforma Typeform¹⁴, onde, buscou-se conectar o projeto com possíveis consumidores da nossa plataforma para tentar entender realmente qual a necessidade, e assim, buscar uma forma de solucioná-la.

Divulgou-se a pesquisa nos seguintes grupos do Facebook: DRAGSBR¹⁵, DRAG Deluxe¹⁶, DRAG Family¹⁷, pois ali sabia-se que seria encontrado o nosso público focal. Sendo assim, compartilhou-se e solicitou-se a interação das Drag Queens com a pesquisa. Surpreendentemente, encontrou-se outras necessidades além das que imaginava-se inicialmente.

Através da pesquisa, detectou-se a necessidade de conexão que Drag Queens de diversos lugares relataram. Troca de experiências, dicas, tutoriais, e outras formas de aprendizado, são apontamentos que foram observados nas respostas. Dentre elas, há uma resposta que chamou a atenção por apontar algumas coisas importantes para não estarem presentes:

“Promover troca de experiência e conteúdo, talvez desafios de looks com pontuações. Deve ter evitado promoção a conteúdo sexual e afins, pois acho que a comunidade já é muito rotulada por isso. Deve ser uma plataforma exclusiva p trabalhos”. Anônimo, 2016.

¹² Cartilha de Inovação, disponível em: http://www.sebraerj.com.br/docs/cartilha_inovacao.pdf. Acesso em 02/09/2016.

¹³ Resultados da pesquisa, disponível no endereço a seguir: <https://goo.gl/DfPag1>

¹⁴ Disponível no endereço: <https://www.typeform.com/>. Acesso em 12/09/2016.

¹⁵ Disponível no endereço: <https://www.facebook.com/groups/DRAGSBR/?fref=ts>. Acesso em 12/09/2016.

¹⁶ Disponível no endereço: <https://www.facebook.com/groups/dragdeluxe/?fref=ts>. Acesso em 12/09/2016.

¹⁷ Disponível no endereço: <https://www.facebook.com/groups/1368540229829969/?fref=ts>. Acesso em 12/09/2016.

Assim, pode-se observar, que alguns pontos não seriam interessantes estarem presentes, e ligados a imagem do presente projeto. Após encerrada a pesquisa, e entendido a necessidade a partir dos dados coletados, partiu-se para um brainstorm de ferramentas que poderiam ser aplicadas na plataforma, e após ele, selecionou-se o que realmente é necessário e usável.

3. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Uma plataforma que possibilitará o negócio e a conexão entre Drag Queens, compra e venda de produtos usados/novos e também a conexão e interação através de fotos, vídeos, comentários e outras formas de interação.

A plataforma é planejada para atender Drag Queens de qualquer região do país, porém, temos em mente que, grandes regiões metropolitanas do nosso país concentram um número relevante destas artistas, assim, pensamos que estas regiões seriam nosso principal foco. Pensamos também, que por se tratar de uma plataforma escalonável, futuramente poderiam também ser atendidas outras pessoas interessadas em produtos que poderiam ser encontrados lá mais facilmente.

A plataforma possibilita uma conexão entre as Drag Queens, uma vez que perfis poderiam ser criados, com a possibilidade de adicionar fotos e vídeos, seja tutoriais dos próprios produtos, ou referências, apresentações, montações, ensaios; etc. Comentários podem ser adicionados na mídia, e também há a possibilidade de seguir perfis para acompanhar as suas atualizações, tanto de produtos quanto de das fotos/vídeos.

Após a realização do brainstorm de ferramentas, passou-se a selecionar quais seriam realmente utilizáveis e trariam usabilidade para a plataforma. Para isso, utilizou-se uma didática com post-it, para que se pudesse visualizar todas as possibilidades que a plataforma poderia proporcionar aos usuários, como é possível observar na imagem abaixo.

Figura 3 - Brainstorm de ferramentas



Fonte: Acervo dos autores (2016).

3.1 MERCADO/ CONCORRENTES

Realizou-se pesquisas buscando concorrentes que atuam da mesma forma que se propôs para a presente plataforma. Assim, se destacaram alguns concorrentes diretos e indiretos.

3.2 DIRETOS

Pode-se ressaltar como concorrentes diretos os próprios grupos do Facebook voltados para conexão entre as drag queens. Uma vez que são através deles que na maioria das vezes acontecem as vendas e procura pelos produtos. Ou seja, nestas comunidades acontece de certa forma uma negociação informal.

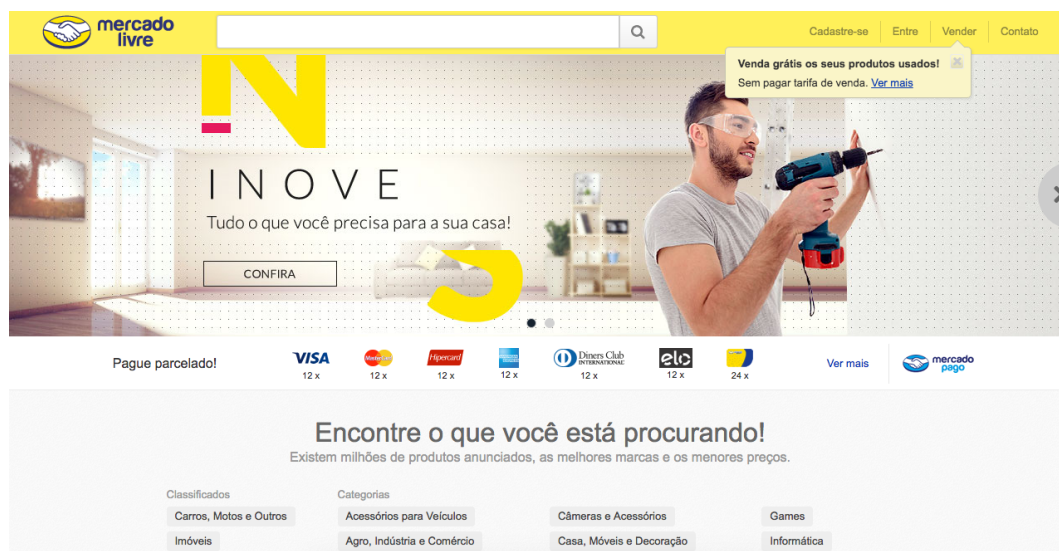
3.3 INDIRETOS

Também destacam-se dois concorrentes indiretos abordados nos tópicos seguintes, que atuam da mesma forma com a que se propõe para a plataforma, porém, essa classificação deu-se pois não são voltados especificamente para o mesmo público.

3.3.1 MERCADO LIVRE

A plataforma Mercado Livre¹⁸ busca conectar pessoas que querem vender e pessoas que querem comprar. Podem ser pessoas físicas, ou empresas estruturadas. De qualquer lugar do mundo, e também, há uma ferramenta de classificação sobre o anunciante.

Figura 4 - Tela inicial do site Mercado Livre



Fonte: Site oficial da empresa.

3.3.2 ENJOEI

A plataforma Enjoei¹⁹, é uma plataforma que conecta pessoas que buscam vender e/ou comprar produtos exclusivamente já usados. Com uma linguagem jovem em todo o seu posicionamento, ela busca ressaltar a qualidade dos produtos vendidos. Atende a todos os tipos de públicos, apenas que estejam interessados em produtos usados, e consequentemente com um valor abaixo do valor de mercado.

Figura 5 - Tela inicial do site Enjoei

¹⁸ Disponível no endereço: <http://www.mercadolivre.com.br/>. Acesso em 24/09/2016.

¹⁹ Disponível no endereço: <https://www.enjoei.com.br/>. Acesso em 24/09/2016.



Fonte: Site oficial da empresa.

4. BENCHMARKS

Os benchmarks são marcas que serão utilizadas como referências seja em processos, formas de comunicação, planejamento e ou quaisquer especificidades que possa ser utilizada como referência.

4.1 AIRBNB

Airbnb é uma plataforma que possibilita pessoas alugarem estadias ou disponibilizarem locais para aluguel, de pessoas para pessoas. Assim, a sensação de proximidade e aconchego, se dá de uma forma mais intimista quanto a estadias em hotel.

Segundo o site oficial da empresa²⁰, "o Airbnb é um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de uma tablet." (2016, online, Airbnb).

Figura 6 - Tela inicial do site Airbnb

²⁰ Disponível no endereço: <https://www.airbnb.com.br/about/about-us>. Acesso em 02/10/2016.



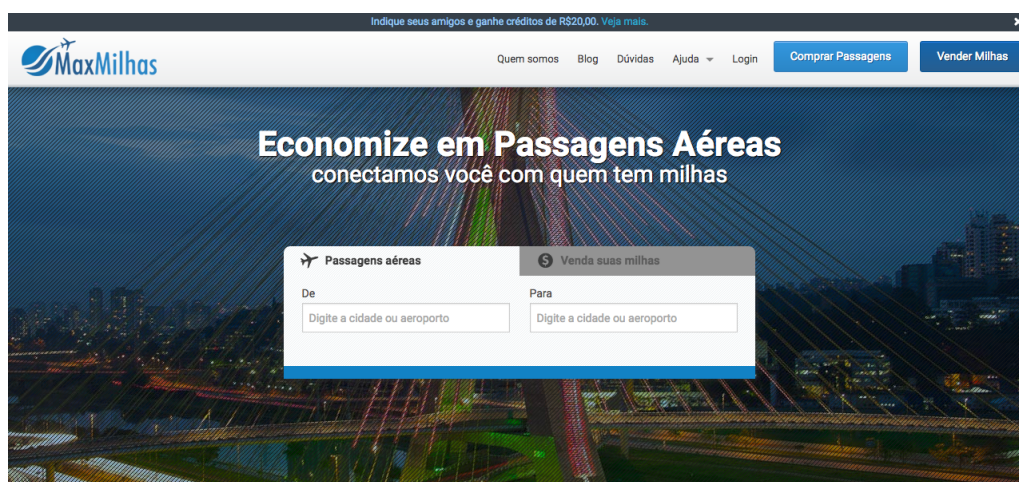
Fonte: Site oficial da empresa.

4.2 MAX MILHAS

A proposta da plataforma Max Milhas é conectar pessoas que querem vender milhas aéreas das quais não está utilizando, e pessoas que querem comprar por preços mais acessíveis. Um problema simples, básico, porém com uma proposta de solução que agrega muito valor a plataforma, pela sua importância para quem utiliza.

Segundo o site oficial da empresa²¹, "Somos a solução que conecta pessoas que querem vender suas milhas aéreas com quem precisa comprar passagens por preços mais acessíveis."

Figura 7 - Tela inicial do site Max Milhas



²¹ Disponível no endereço a seguir: <https://www.maxmilhas.com.br/>. Acesso em 01/10/2016.

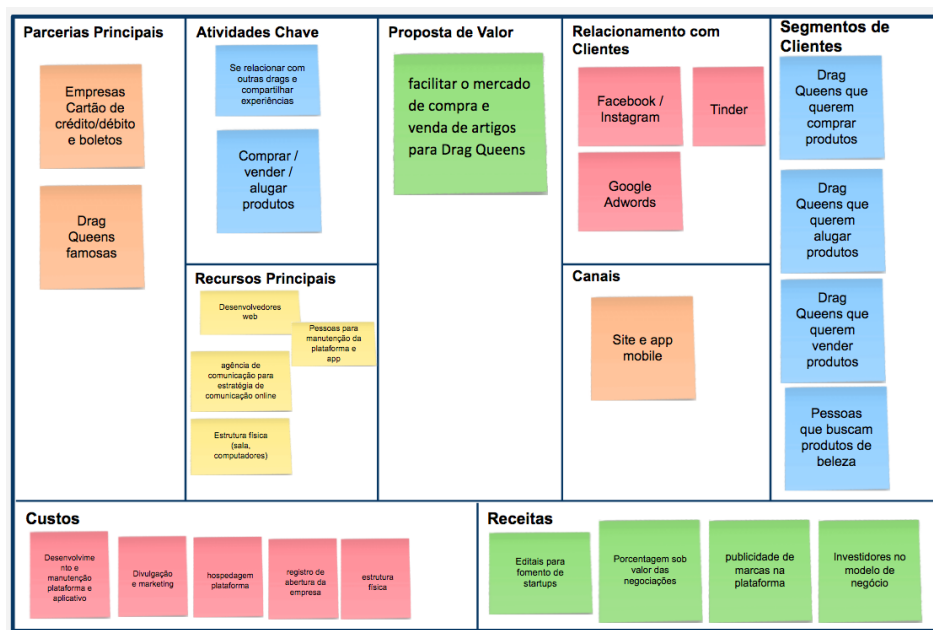
Fonte: Site oficial da empresa.

5. MODELO DE NEGÓCIOS - CANVAS

Para desenvolver qualquer projeto é preciso utilizar uma ferramenta metodológica, no caso deste projeto foi aproveitado o modelo Canvas, que é uma forma simples e inovadora de planejar negócios.

É um modelo baseado no método Business Model Canvas ou “quadro de modelo de negócios” que é uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos do modelo de negócios, as ideias representadas nos nove blocos formam a conceitualização do seu negócio, ou seja, a forma como você irá operar e gerar valor ao mercado, definindo seus principais fluxos e processos, permitindo uma análise e visualização do seu modelo de atuação no mercado. (SEBRAE, online).

Figura 8 - Aplicação do modelo de negócios Canvas²²



Fonte: Acervo dos autores. (2016)

5.1 PARCERIAS PRINCIPAIS

As principais parcerias para a estrutura da plataforma e do aplicativo são empresas para pagamento das negociações, boleto e cartões de crédito e débito. Pois considera-se essencial a parceria com estas empresas para a estrutura da plataforma

²² Figura com maior qualidade para visualização disponível no endereço a seguir: <https://goo.gl/W4nty4>

funcionar, pois uma das atividades chave é a forma de negociação entre os usuários. Também, considera-se essencial a parceria com Drag Queens famosas no meio, para a divulgação da plataforma, afim de atrair usuários através de redes sociais, blogs e outras ferramentas.

5.2 ATIVIDADES CHAVE

As atividades chave proporcionadas pela plataforma e pelo aplicativo mobile é o relacionamento entre Drag Queens de todo o país, onde, elas poderão estabelecer uma conversa e interação, além de trocar experiências do dia a dia. Outra atividade chave, é a possibilidade de comprar, vender e/ou alugar produtos oferecidos na plataforma, com segurança e transparência.

5.3 RECURSOS PRINCIPAIS

Os recursos principais são desenvolvedores web e mobile, além de pessoal para manutenção da estrutura. Eles são responsáveis pelo desenvolvimento propriamente dito da plataforma e do aplicativo mobile. Acredita-se também que, agência de comunicação para desenvolver uma estratégia de comunicação online assertiva para os nossos possíveis usuários. A estrutura física para o funcionamento do negócio também é imprescindível para o seu funcionamento pleno.

5.4 PROPOSTA DE VALOR

Proporcionamos um valor de conexão entre Drag Queens, trazendo empoderamento para a classe. Ou seja, a nossa proposta de valor que tornará a plataforma e o aplicativo únicos, é trazer uma ferramenta que facilite o negócio e a conexão para um nicho de mercado em específico.

5.5 RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Serão utilizadas algumas ferramentas para o relacionamento com os nossos clientes. As redes sociais Facebook e Instagram, por serem utilizadas por um grande número de possíveis consumidores, e também, por estarem nas possibilidades de negócio que hoje são utilizadas pelas Drag Queens, através de grupos, fóruns e também de contato direto aos perfis. O aplicativo de encontros Tinder também será utilizado pela sua aderência ao consumidores, além de, por ser uma ferramenta altamente visual, o que facilita a divulgação dos produtos que podem ser encontrados na plataforma e app. O Google Adwords é uma ferramenta que será utilizada para impulsionar e facilitar o encontro dos consumidores com a plataforma, ou seja, através dele a busca será facilitada.

5.6 CANAIS

Basicamente buscaremos a internet e o aplicativo para estabelecer conexão com nossos usuários, por se tratar de uma ferramenta que se utiliza de forma online e mobile.

5.7 SEGMENTO DE CLIENTES

Os possíveis usuários da plataforma e do aplicativo encontram-se em sua grande maioria em grandes centros do país, por motivos econômicos, sociais e culturais. Logo, estes são grandes alvos para a plataforma atuar. O segmento de clientes que são o público alvo da plataforma e aplicativo, são Drag Queens que buscam comprar, vender e/ou alugar produtos, seja de beleza, acessórios ou perucas. Além destes, pessoas que buscam produtos de beleza e que possuam simpatia pelo nicho de mercado que a plataforma atuará.

5.8 CUSTOS

Os principais custos são o desenvolvimento e manutenção da plataforma e aplicativo. Além deste, a divulgação e marketing da empresa são custos essenciais para o seu funcionamento. Hospedagem da plataforma para que o site permaneça online. Registro da empresa e encargos com burocracia necessária. A estrutura física demanda custos importantes para o funcionamento.

5.9 FONTES DE RECEITAS

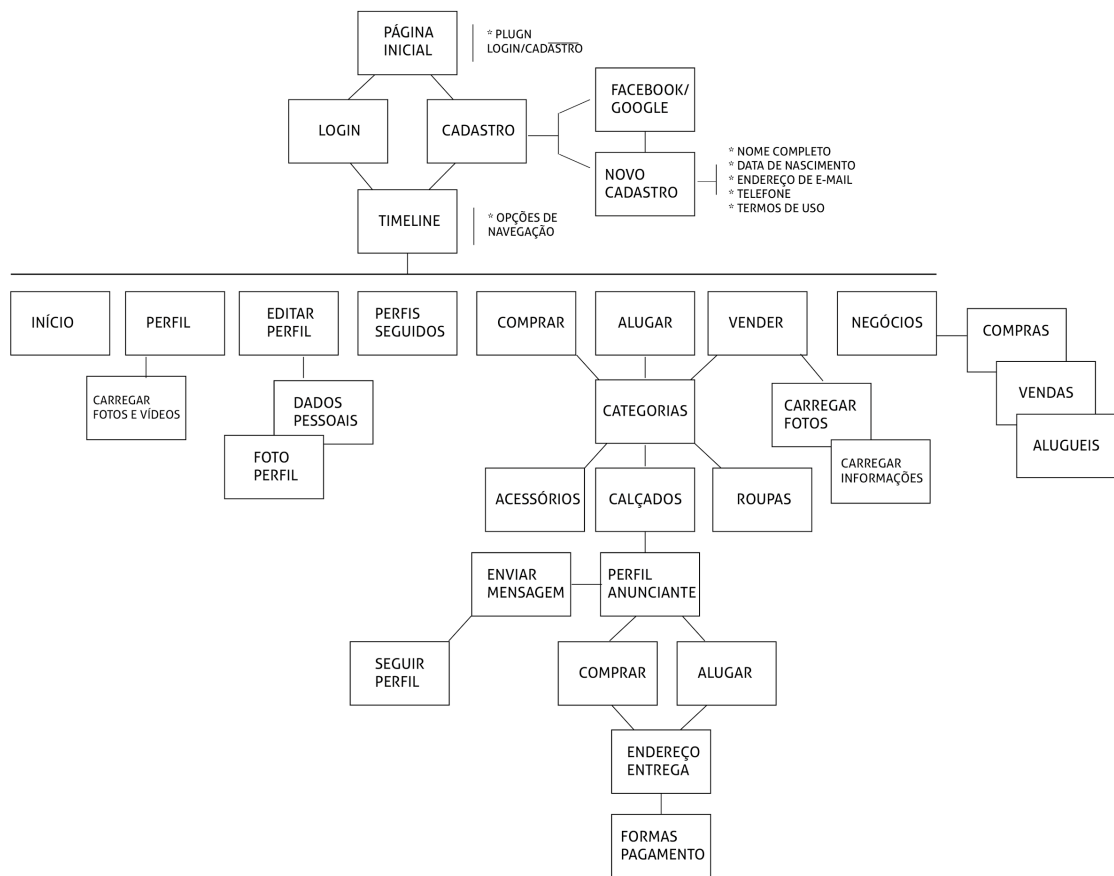
A principal fonte de receita para a plataforma será a porcentagem de 15% aplicado sob todas as transações. Além desta, publicidade de marcas e empresas é uma forma de receita importante. Estipulou-se também, a busca por investidores interessados no modelo de negócio e também, a busca por editais para fomento de startups.

6. ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

Para que se pudesse visualizar os caminhos que podem ser percorridos pelos usuários construiu-se uma estrutura básica de funcionamento da plataforma como pode-se conferir na imagem a seguir e para compreender melhor foram descritos em tópicos todos os possíveis passos do usuário na plataforma.

Figura 18 - Estrutura básica de funcionamento da plataforma²³

²³ Figura com maior qualidade, disponível para acesso no seguinte endereço: <https://goo.gl/kcX49F>



Fonte: Elaborado pelos autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto experimental, acima descrito e construído, foi realizado no segundo semestre do ano de 2016. Teve-se como principal objetivo, atender uma demanda percebida para Drag Queens de todo o Brasil, buscando uma forma de facilitar a negociação de produtos entre elas, trazendo a este mercado de nicho uma ferramenta que possibilitasse a compra, venda e locação de produtos, além de, conectar e aproximar a categoria. Curiosamente, essa demanda foi compreendida por acadêmicos que moram no interior de Santa Catarina, e não em um grande centro, onde normalmente se tem mais contato com estas artistas.

O processo de planejamento, pesquisa, e desenvolvimento do projeto foi de grande importância para ambos os acadêmicos, visto que, utilizou-se ferramentas e técnicas que auxiliarão na vida profissional, e em possíveis futuros empreendimentos. Também, além de agregar conhecimento técnico aliada a prática, pode-se perceber o quanto a metodologia científica pode sim ser usual no dia a dia na resolução de problemas, bem como, o quanto a inovação é importante, seja para resolver antigos problemas ou para trazer novas possibilidades.

Os acadêmicos ficaram extremamente satisfeitos em trabalhar e buscar resolver problemas de uma categoria que nem sempre é vista com bons olhos pela sociedade. Logo, eles acreditam na importância de enaltecer e valorizar toda e qualquer produção científica que visa trazer um empoderamento e visibilidade para minorias da sociedade.

Um dos pilares importantes do projeto e que foi extremamente proveitoso, foi a pesquisa realizada, pois, através dela pode-se conversar diretamente com o público, e entender outras possibilidades e caminhos para o projeto.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris, 1961. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Tradução por Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

B2W DIGITAL. **Comércio eletrônico no Brasil**.

<<https://www.b2wdigital.com/institucional/comercio-eletronico-no-brasil#sthash.9N6auS2k.dpuf>>. Acessado em 27/09/2016.

CHIDIAC, Maria Teresa. **Ser e estar drag queen**. Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/%0D/epsic/v9n3/a09v09n3.pdf>>. Acesso em 10/09/2016.

CRISCUOLO, Isaque. OMELETE, **Drag Queens como ícones pop, 2015**. Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/colunistas/artigo/gay-nerd-drag-queens-como-icone-pop/>>. Acesso em 08/09/2016.

ESTEVES, Sofia. **O que é inovação?**. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/carreira-em-geracoes/2014/05/24/o-que-e-inovacao/>>. Acesso em 10/09/2016.

EXAME. **68 milhões navegam na internet com smartphone no Brasil**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/68-milhoes-navegam-na-internet-com-smartphone-no-brasil>>. Acessado em 10/09/2016.

FACHINELLO E MACHADO (2015), Marina, Henrique. Aplicativo Qualificados. Projeto de uma rede colaborativa de feedbacks. Disponível em <http://fleming.unochapeco.edu.br:8080/pergamumweb/vinculos/0000d7/0000d745.pdf>. Acesso em 25/10/2016.

FEIJÓ, Valéria C. **Diretrizes para a construção de um aplicativo para smartphones com foco na geração de experiências em branding territorial**. Florianópolis. 2014.

FERREIRA, Francine. **Um olhar crítico sobre a cultura do compartilhamento**. 2013. Disponível em: <<https://rpjr.wordpress.com/2013/03/22/um-olhar-critico-sobre-a-cultura-do-compartilhamento/>>. Acessado em 11/09/2016.

FURINI, Liana Gross. **Cultura do Compartilhamento: As transformações da comunicação através das novas tecnologias**. Disponível em:

<<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/2939/1905>>. Acesso em 10/09/2016.

GERHARD, Felipe. **PLATAFORMAS DIGITAIS: um estudo sobre a interação e interatividade presentes nos meios digitais utilizados pela Wave Academia**. 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0187-1.pdf>>. Acessado em 19/09/2016.

GUITZEL, Virgínia. **LGBT: Quem somos e porque nossa luta é de toda a classe trabalhadora**. Disponível em: <<http://www.esquerdadiario.com.br/LGBT-quem-somos-e-por-que-nossa-luta-e-de-toda-a-classe-trabalhadora>>. Acesso em 10/09/2016.

INTERNET INNOVATION. **Entenda o que é a cauda longa e como a segmentação do conteúdo pode melhorar seus resultados**. 2013. Disponível em: <<http://www.internetinnovation.com.br/blog/ferramentas/entenda-o-que-e-cauda-longa-e-como-a-segmentacao-do-conteudo-pode-melhorar-seus-resultados/>>. Acessado em 23/09/2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução por Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

PM WEB. **A internet no Brasil em 2015**. Disponível em: <<http://blog.pmweb.com.br/a-internet-no-brasil-em-2015/>>. Acessado em 05/10/2016.

SEBRAE. **Como estruturar seu modelo de negócios**. Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/artigos/Canvas:-como-estruturar-seu-modelo-de-neg%C3%B3cio>>. Acessado em 10/10/2016.

VENCATO, Anna Paula. Dissertação de mestrado. **Fervendo com as drags**. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84381/183795.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 10/09/2016.