

## SHELF CONTENT

Amanda Kawano Bonifacio <sup>1</sup>  
Flavia Regina Borges Fernandes <sup>2</sup>  
Gabriel Edmilson Silva Brito <sup>3</sup>  
William Iuri Pereira da Silva <sup>4</sup>

O segmento de revistas se encontra em declínio, cada vez mais as pessoas têm deixado de comprar revistas, tanto pela falta de interesse quanto pelo preço, forma de distribuição e conteúdos disponíveis. A internet dinamizou e facilitou a maneira de como as pessoas recebem conteúdo, o que tem feito com que grandes marcas de revista migrassem para a plataformas digitais e também começassem a se comunicar com seus leitores pelas mídias sociais. Mesmo com a mudança, ainda há uma falta de inovações no setor, que tem tido dificuldades em sobreviver no mercado. Esse trabalho teve como objetivo desenvolver uma inovação no setor de revistas. Pesquisas, Foram realizadas pesquisas exploratórias sobre: funcionamento do segmento de revistas e inovações que já existem no segmento. A partir da coleta de informações, o grupo desenvolveu um protótipo de uma nova inovação para o segmento: um aplicativo baseado em apps de sucesso como spotify e netflix. O aplicativo foi desenhado e desenvolvemos um o modelo de negócio utilizando o canvas (SEBRAE). Foi conduzida uma pesquisa de mercado com alunos da Toledo Prudente sobre a aceitação deste novo produto. Após a validação, o protótipo final foi desenhado utilizando a plataforma digital Genially.

**Palavras-Chave:** Revista. Aplicativo. Anunciantes. Conteúdos.

---

1 Discente do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

2 Discente do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

3 Discente do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

4 Discente do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.