

# **RUMO A UMA JORNADA CIRCULAR: ADAPTAÇÕES PARA UM NOVO CONTEXTO DE MERCADO**

**Autora:** Graziela Maira Rainatto

**Orientadora:** Profa. Dra. Ana Beatriz Lopes de Sousa Jabbour

Esta dissertação visa investigar e caracterizar como as empresas buscam a transição e adoção para os modelos de negócios circulares, por meio dos 7P's de marketing mix (praça, preço, produto, promoção, pessoas, evidência física e processo) para engajar os consumidores. Apesar de uma grande mobilização para a conscientização das questões da degradação ambiental, um número pequeno de negócios tem apresentado produtos e serviços efetivamente circulares e que podem não só parar a geração de resíduos, como também recuperar os recursos já despejados no meio ambiente. A pesquisa pode ser classificada como descritiva, de natureza qualitativa, com estudo de caso múltiplo. O objetivo é analisar as adaptações realizadas nessa jornada de transição para a circularidade em termos de mensagem ao consumidor nos 7P's do marketing mix. Poucos trabalhos têm apresentado a preocupação nessa temática com o viés da gestão empresarial, satisfação do consumidor e do conhecimento e suporte do "Nudge". Como contribuição, o trabalho propõe a discussão de como os novos modelos de negócios circulares através das ferramentas do marketing mix podem comunicar seus diferenciais e engajar os consumidores sustentáveis.