



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - FACE
Departamento de Administração - ADM

PROCESSO SELETIVO PPA- 2/24

- 1) **Nome completo:** Ana Clara Kloppe de Almeida
- 2) **Matrícula:** 211050884
- 3) **IRA:** 3.8508
- 4) **A partir de 1/25, faltam quantos créditos para cursar?** 46 créditos (690 horas).
- 5) **Você já fez PIBIC/PIBEX? Se sim, qual tema ou qual projeto de extensão você participou?** Não fiz.
- 6) **Além do PIBIC, você tem alguma experiência com pesquisa? Explique.** Não tenho.
- 7) **Você lê em inglês? É tranquilo ou tem dificuldade?** Leio textos intermediários com facilidade.
- 8) **Por favor, faça um resumo do artigo anexado ao e-mail. Não copia e cole. Explique com suas palavras. Máximo de 30 linhas.**

Com o aumento do consumo e a escassez crescente dos recursos naturais, a ação humana tem gerado mudanças climáticas significativas. Diante disso, a ONU criou os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, as ODS, com a ideia de promover um futuro mais equilibrado até 2030. Com isso algo vem mudando: a consciência das pessoas e cada vez mais consumidores estão se preocupando com o que consomem, de onde vem, como é feito, e para onde vai depois do uso. Isso tem influenciado as empresas a repensarem suas estratégias e a buscarem soluções mais sustentáveis.

O artigo foca nas embalagens, muitas vezes elas são o primeiro contato do consumidor com o produto e podem influenciar bastante na decisão de compra. Só que aí surge um problema, já que muitas embalagens trazem informações ou símbolos que passam a ideia de sustentabilidade, mas que na prática não significam muita coisa, o que na matéria marketing socialmente responsável chamamos de greenwashing. Além disso, ainda há regras para devolução de certos produtos, mas essas informações quase nunca são claras ou divulgadas e isso dificulta muito o consumidor e o descarte correto por meio de logística reversa.

Por fim, o texto também fala sobre como a percepção de qualidade pode mudar quando a embalagem é sustentável. Produtos que demonstram compromisso com o meio ambiente, especialmente quando trazem rótulos bem feitos e informações transparentes, costumam ser vistos como de maior valor.

9) Pense em pesquisas que pretende desenvolver na monografia. Lembre-se que eu atuo na área de consumo sustentável. Explique:

- a. Temática**
- b. Objetivo da pesquisa**
- c. Relevância**

Observação: pode descrever até 3 ideias de pesquisas.

Minha ideia principal é investigar a relação entre o tema “comunidade LGBTQIA+” e o “comportamento do consumidor”. Especificamente, pretendo analisar como consumidores LGBTQIA+ se relacionam com marcas, verificando se ações de representatividade genuína impactam positivamente suas decisões de compra e também seria avaliado se representações superficiais ou estereotipadas (ruins) afastam esse público. Essa análise está alinhada ao pilar social do Triple Bottom Line, estrutura da sustentabilidade, que vem ganhando bastante espaço nos estudos e discussões dentro da área de Administração.

Objetivo: Analisar como consumidores LGBTQIA+ percebem e respondem a ações de representatividade promovidas por marcas, e como isso influencia seu comportamento de compra.

Relevância: A crescente visibilidade da comunidade e a importância da diversidade e inclusão, genuína, dentro das empresas.