

COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL DOS ACADÊMICOS DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO CAMPUS DE TANGARÁ DA SERRA

GISELLY DOS REIS SANTOS

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO

LIERGE LUPPI

PAULA MAINES DA SILVA

Introdução

A modernidade criou a vontade de consumir cada vez mais, sendo um momento em que as pessoas acreditam que podem obter satisfação pessoal pelo consumo. Por esse motivo a sociedade contemporânea também é uma sociedade consumista. É uma sociedade que precisa descobrir soluções para os problemas ecológicos criados por ela (ZANIRATO, ROTONDARO, 2016). O consumo sustentável é primordial para se alcançar um nível social de bem-estar material que possa ser replicado pelas futuras gerações, sem que haja a eliminação dos recursos naturais (OLIVEIRA, 2012).

Problema de Pesquisa e Objetivo

O problema de pesquisa foi investigar quais comportamentos sustentáveis podem ser identificados nos estudantes da UNEMAT? O objetivo foi identificar quais comportamentos os acadêmicos dos cursos de Administração e de Ciências Contábeis da UNEMAT manifestam no que se refere ao consumo sustentável. Além disso buscou-se caracterizar o comportamento dos estudantes referente ao consumo sustentável; examinar as distinções de comportamento com base nos gêneros masculino e feminino e, por último, investigar a relação entre as diferenças de renda e o comportamento observado.

Fundamentação Teórica

A sustentabilidade pode ser entendida como “a adoção de estratégias e atividades voltadas para a prevenção da degradação e a proteção do meio ambiente” (Silva et al., 2018, p.52). Conhecer o comportamento do consumidor é fundamental para implantar qualquer estratégia rumo a um modelo de produção e consumo sustentável. Em geral, o comportamento humano e do consumidor em particular é complexo, envolvendo estudos de diversas áreas do conhecimento, especialmente da psicologia e das ciências sociais.

Metodologia

A abordagem dessa pesquisa foi caracterizada como quantitativa. A população deste estudo foi composta por 660 acadêmicos que iniciaram seus cursos a partir do ano de 2017 nos cursos de Administração e Ciências Contábeis na UNEMAT, sendo 421 alunos matriculados no curso de Administração e 239 alunos no curso de Ciências Contábeis. A amostra foi de 160 acadêmicos. O questionário utilizado foi adaptado do questionário validado pelo autor Silva (2019). A coleta de dados se deu através do Google Forms e a análise dos dados foi feita através de planilhas do Microsoft Excel.

Análise dos Resultados

Nota-se maior conscientização dos acadêmicos em relação ao consumo de energia elétrica. No entanto, a maioria dos resultados obtidos revelou a indiferença dos acadêmicos e a não adoção de vários comportamentos sustentáveis abordados na pesquisa. Em relação ao gênero dos respondentes, não houve diferenças significativas nos comportamentos observados. Já em relação a renda, os grupos de acadêmicos com menor renda (até 2 salários-mínimos) não optam por comprar produtos menos prejudiciais ao meio-ambiente e não estão dispostos a pagar mais caro por produtos sustentáveis.

Conclusão

Concluiu-se que é importante que a academia invista em ações, eventos e cursos para introduzir a Educação Ambiental (EA) nesse espaço que pode influenciar os acadêmicos a terem maior consciência da importância do cuidado com o meio ambiente, visando a melhoria da qualidade de vida da população.

Referências Bibliográficas

SILVA, Felipe Kelre Ferreira da. Comportamento sustentável dos alunos de Administração de uma universidade federal brasileira. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração. Fortaleza, 2019. HOHENBERGER, V.; TONIN, S.; COSTA, V. M. F. Consumo sustentável: comportamento consumidor de alunos de graduação em Administração. Revista Amazônia, Organizações e Sustentabilidade. Belém, vol. 5, n.2, jul – dez/2016, p.73-90.

Palavras Chave

Acadêmicos, Sustentabilidade, Comportamento

Agradecimento a órgão de fomento

Muito obrigada por terem encontrado uma forma de fazer o ENGEMA continuar acontecendo mesmo com essa pandemia do Corona Virus.

COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL DOS ACADÊMICOS DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO *CAMPUS DE TANGARÁ DA SERRA*

1 INTRODUÇÃO

A modernidade criou a vontade de consumir cada vez mais, sendo um momento em que as pessoas passaram a acreditar que poderiam obter satisfação pessoal pelo consumo. Por esse motivo a sociedade contemporânea também é uma sociedade consumista. Além do mais, é uma sociedade que precisa descobrir soluções para os problemas ecológicos criados por ela, expressando o conflito entre consumo e proteção ambiental (ZANIRATO, ROTONDARO, 2016).

Um dos problemas apresentado em países em desenvolvimento é o consumo exagerado e desnecessário por parte de suas populações, consumo esse que pressiona o meio ambiente de maneira insustentável, como acontece hoje em vários países já desenvolvidos. O consumo sustentável é primordial para se alcançar um nível social de bem-estar material que possa ser replicado pelas futuras gerações, sem que haja a extinção ou eliminação dos recursos naturais que amparam esse bem-estar (OLIVEIRA, 2012).

Para exercer uma conduta sustentável, é fundamental conhecer como as pessoas pensam e agem, quais as motivações, expectativas, prioridades e entendimento. Obter esse conjunto de fatores propicia a compreensão das implicações do meio ambiente sobre o comportamento das pessoas e vice-versa. O comportamento sustentável requer um foco no indivíduo, mesmo que inserido na coletividade em suas rubricas mais diversas. Frente a essa perspectiva é possível elaborar programas e intervenções interdisciplinares para enfrentar a crise ambiental (ZACARIAS; HIGUCHI, 2017).

O comportamento do consumidor é composto por diversos grupos, tais como os econômicos, sociais e culturais, que não determinam de forma exata um perfil padrão. Os jovens refletem novos comportamentos e linguagens. Eles influenciam diretamente os hábitos de consumo tanto dos mais novos como dos mais velhos. No entanto, uma das principais características do comportamento do jovem é a inquietação, pois está sempre buscando satisfazer seus anseios de variadas formas. Por isso, é visto como consumidor infiel e essa postura obriga as empresas a oferecerem lançamentos continuamente (MONTENEGRO; DO VALE; SOUSA, 2014).

2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

Um dos principais desafios para alcançar um consumo sustentável é conseguir a mudança de hábitos, valores e atitudes, muito mais do que encontrar soluções técnicas. Além disso, é necessário investir em uma educação que favoreça a sustentabilidade, o que requer a mudança de paradigmas educacionais e o caminho em direção a uma educação fundamentada no pensamento crítico e no questionamento do mundo, ao invés da transmissão passiva de informações sobre questões ambientais e éticas (ZANIRATO; ROTONDARO, 2016).

Partindo desse pressuposto, a pesquisa teve como finalidade responder o seguinte problema de pesquisa: Quais comportamentos sustentáveis podem ser identificados nos estudantes da UNEMAT, campus de Tangará da Serra - MT?

O objetivo da pesquisa foi identificar que comportamentos os acadêmicos dos cursos de Administração e de Ciências Contábeis da UNEMAT, *campus* de Tangará da Serra manifestam no que se refere ao consumo sustentável. Além disso buscou-se caracterizar o comportamento dos estudantes dos cursos de Administração e de Ciências Contábeis da UNEMAT, *campus* de Tangará da Serra referente ao consumo sustentável; examinar as distinções de comportamento

com base nos gêneros masculino e feminino e, por último, investigar a relação entre as diferenças de renda e o comportamento observado.

Para atingir os objetivos a pesquisa está estruturada em fundamentação teórica, procedimentos metodológicos, resultados e discussão, considerações finais.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A sustentabilidade pode ser entendida como “a adoção de estratégias e atividades voltadas para a prevenção da degradação e a proteção do meio ambiente” (Silva et al., 2018, p.52). Já as estratégias de desenvolvimento sustentável acabam passando pela discussão de um modelo de desenvolvimento que agregue a promoção econômica junto a preservação e conservação ambiental e a participação social, isto é, envolve as dimensões do modelo do *Triple Bottom Line* (TBL) (Venturini, 2015). Esse modelo foi criado pelo sociólogo britânico John Elkington, em seu artigo lançado no ano de 1994.

No entanto, em 2018, em um artigo publicado no *Harvard Business Review*, o sociólogo criticou o fato de que muitas empresas estavam utilizando o TBL somente como indicadores em seus relatórios. Para ele, o TBL deve provocar uma reflexão mais profunda sobre o capitalismo e seu futuro, visando à sustentabilidade de todo o sistema e não apenas como ferramenta de contabilidade (LIMA, 2019).

De acordo com Paz e Kipper (2016) o conceito TBL traz o questionamento e avaliação sobre a necessidade de as empresas fundamentarem suas decisões estratégicas neste tripé, onde deverão manter a sustentabilidade econômica do seu negócio, gerenciando empresas lucrativas e geradoras de valor. Além do mais, deverão manter também a sustentabilidade social ao estimular atividades ligadas à educação, cultura, lazer, bem-estar e justiça social da comunidade onde a empresa está implantada. Todas essas medidas envolvem o cuidado com o meio ambiente através de ações ambientais como programas de reciclagem, preservação, dentre outros aspectos.

A concepção de sustentabilidade não se aplica somente em relação ao desenvolvimento/crescimento, como tem sido vista atualmente (Boff, 2017). Ela precisa englobar todos os territórios da realidade, que vão desde às pessoas, tomadas individualmente, até às comunidades, à política, à cultura, à indústria, às cidades e principalmente ao planeta Terra com seus ecossistemas. A sustentabilidade é um modo de ser e viver que exige um equilíbrio entre as práticas humanas, as potencialidades limitadas de cada bioma e as necessidades das atuais e futuras gerações (BOFF, 2017).

De acordo com Dalmore (2009), a visão de práticas sustentáveis difundiu-se principalmente após a criação, pela Organização das Nações Unidas (ONU), da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD, em 1983. Nessa época, foi materializado o relatório intitulado: *Nosso Futuro Comum*, um documento responsável pelas primeiras conceituações oficiais, formais e sistematizadas sobre o desenvolvimento sustentável.

Em 1992, na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, reconheceu-se a relevância de adotar a ideia de sustentabilidade em qualquer programa ou atividade de desenvolvimento. A partir desta época, a sustentabilidade se destacou como um dos temas em evolução e consolidação na academia e no atual ambiente de negócios, tornando-se uma importante ferramenta que tem permitido às organizações a execução de estratégias que envolvem preocupações de grande importância para a sociedade em geral, tais como as questões de ordem social e ambiental, que extrapolam a dimensão econômico-financeira (DALMORO, 2009).

A implementação de uma metodologia sustentável traz significantes ganhos as organizações tanto em nível de gerenciamento como econômicos, além de comprovar que para o sucesso das organizações do futuro é essencial utilizar a sustentabilidade como diferencial

competitivo, adquirindo suas vantagens e benefícios (PAZ; KIPPER, 2016). Atualmente as novas tecnologias podem contribuir para tornar a produção industrial mais eficiente, com redução de uso de recursos naturais, de geração de resíduos e de consumo de energia. Porém, em contrapartida, as novas tecnologias podem levar a um grande aumento de consumo ao reduzir os custos de produção e distribuição, gerando impactos ambientais negativos (MAGALHÃES; VENDRAMINI, 2018).

Pode-se perceber que implicações referentes às questões sociais, ambientais e econômicas afetam as organizações, porém, para que a sustentabilidade faça parte do contexto organizacional, a fim de orientar as ações e estratégias empresariais, é indispensável que os indivíduos desenvolvam uma comunicação que vá além dos processos comunicacionais informacionais, buscando processos participativos que propiciem a expansão das relações entre os sujeitos, possibilitando que os indivíduos compreendam também suas funções no processo de construção da sustentabilidade (CAVENAGHI; DIAS; MARCHIORI, 2018).

Conhecer o comportamento do consumidor é fundamental para implantar qualquer estratégia rumo a um modelo de produção e consumo sustentável. Em geral, o comportamento humano e do consumidor em particular é complexo, envolvendo estudos de diversas áreas do conhecimento, especialmente da psicologia e das ciências sociais. Os principais fatores que influenciam esse comportamento são a cultura, o modo de vida, os valores da sociedade, as estruturas sociais e as características dos valores e crenças de cada indivíduo (CAPELINI, 2007). Segundo Ribeiro e Veiga (2011, p. 45), o consumo sustentável pode ser entendido como a “consciência ecológica na compra de produtos e serviços, o não desperdício de recursos, o empenho em reciclagem de materiais e produtos e a propensão para um estilo de vida menos consumista”.

Mesmo que seja observado um aumento de poder do consumidor mediante as questões de sustentabilidade, podendo influenciar a forma como outras instituições lidam com o assunto, faz-se o questionamento de até que ponto o consumidor assume esse papel ou está disposto a transformar sua forma de consumo, ajustando suas preferências para produtos e serviços que levem em consideração os valores de sustentabilidade (AFONSO et al., 2016).

As preocupações ambientais estão crescendo a ponto de atingir todos os níveis de renda. Quanto menor a renda, maior a preocupação ambiental, e referente ao nível de instrução, quanto maior a escolaridade, maiores são as atitudes para um comportamento de consumo verde (Rodrigues et al., 2013). Talvez por isso Pivetta (2019) relata que os acadêmicos de graduação são pessoas que possuem maior familiaridade com os assuntos referentes a educação ambiental, devido ao fato de que este é um dos conteúdos presentes nos currículos das universidades do Brasil. Porém, Ferreira (2018) afirma que somente ter conhecimento sobre questões ambientais não é capaz de conduzir as pessoas a mudarem seus estilos de vida e adotarem comportamentos sustentáveis.

Uma das formas de tornar os consumidores mais responsáveis em relação ao meio ambiente seria informá-los das ligações entre suas ações, suas escolhas como consumidores e a degradação ambiental, uma vez que, em geral, os consumidores possuem pouca informação sobre as consequências que seus atos de consumo e de estilo de vida podem causar ao meio ambiente (Cortez e Ortigoza, 2007). Ser um consumidor consciente envolve ações diárias, porque o consumo de poucos indivíduos, ao longo de suas vidas, faz diferença, trazendo um impacto significativo sobre o meio ambiente e a sociedade. O consumidor consciente é aquele que sabe o grande poder transformador que tem nas mãos. E isso pode ser observado, por exemplo, quando as pessoas decidem optar pela compra de produtos e/ou serviços de empresas socialmente responsáveis, que não visam somente tirar proveito da sociedade, como também respeitá-la e entregar algo em troca (COLTRO, 2006).

A prevenção ainda é o caminho mais eficaz para aplicar ao problema ambiental, isto é, faz-se necessário que o consumo seja garantido, porém, de forma que seus padrões sejam

modificados com o objetivo de minimizar os impactos ambientais do descarte e utilização exacerbada dos recursos naturais. Através de programas educacionais direcionados, o consumo pode voltar a cumprir sua finalidade de satisfazer as necessidades pessoais sem se transformar no consumismo exagerado observado atualmente (CORTEZ; ORTIGOZA, 2007).

Com o entendimento dos diversos papéis e obrigações que os diversos atores sociais possuem, percebe-se a possibilidade de alcançar o desenvolvimento sustentável à medida que, a partir da existência de um cidadão consciente, haverá uma transformação na sociedade, de modo que haja o efetivo desenvolvimento de práticas governamentais mais ativas, de ações empresariais mais responsáveis, de apoio organizacional do terceiro setor como auxiliador às ações do governo e, por fim, uma melhor atuação individual nessa fase mais coletivizada da sociedade (SILVA; GÓMEZ, 2010).

As universidades têm se envolvido com os princípios da sustentabilidade e da proteção ambiental com o objetivo de se tornarem ambientes educadores sustentáveis, visando assumir sua responsabilidade na formação dos cidadãos, preparando as gerações futuras para formar uma sociedade mais justa e sustentável (WACHHOLZ; CARVALHO, 2015).

Sabe-se que os problemas ambientais são complexos pela sua natureza (pois deve-se levar em conta as implicações sociais, econômicas, políticas, entre outras) e não serão resolvidos apenas com medidas educativas; porém, sem dúvida, a educação, principalmente a universitária, deve assumir a sua responsabilidade, pois para que a educação ambiental seja inserida no ensino formal, iniciando pelo infantil, é necessário que professores sejam primordialmente formados em outras bases, com uma percepção que ultrapasse a memorização de conteúdos ecológicos e supere a simples aplicação de técnicas ecológicas (GUIMARÃES; TOMAZELLO, 2003).

De acordo com Kraemer (2006) os professores são fundamentais no processo de conscientização da sociedade dos problemas ambientais, pois buscarão desenvolver em seus discentes, hábitos e ações saudáveis de conservação ambiental e respeito à natureza, tornando-os cidadãos conscientes e compromissados com o futuro do país.

Não somente os professores e as universidades, mas todos os estabelecimentos de ensino superior possuem uma responsabilidade indispensável em preparar as novas gerações para um futuro viável. Através da reflexão ou por meio de seus trabalhos de pesquisa básica, esses estabelecimentos devem não apenas orientar, como também desenvolver soluções racionais. Neste contexto, os trabalhos realizados dentro das universidades têm um efeito multiplicador, já que cada acadêmico, convencido da importância da sustentabilidade, influencia o grupo e a sociedade, nas mais diversas áreas de atuação (KRAEMER, 2006).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem dessa pesquisa foi caracterizada como quantitativa. Gressler (2004) caracteriza a pesquisa quantitativa como a quantificação nas modalidades de coleta de dados e informações, utilização de tratamentos estatísticos com o intuito de assegurar a precisão dos resultados, evitando distorções de interpretação e análise. E o método de pesquisa *survey* é um tipo de investigação quantitativa que coleta dados e informações de determinados grupos representativos de uma população normalmente através de um questionário estruturado (TUMELERO, 2019).

A pesquisa do autor Silva (2019), intitulada “Comportamento Sustentável dos Alunos de Administração de uma Universidade Federal Brasileira”, foi utilizada como base para a elaboração desta pesquisa, ou seja, notada a relevância do estudo, buscou-se replicar a pesquisa do autor com algumas adaptações convenientes com o novo ambiente de estudo a ser analisado.

No que se refere a estratégia da pesquisa, quanto aos fins, a pesquisa foi classificada como pesquisa descritiva. Como o próprio nome indica, as pesquisas descritivas visam descrever as

características de determinado fenômeno ou população. Algumas dessas pesquisas visam identificar as conexões entre as variáveis analisadas de um determinado grupo, tais como: idade, nível de renda, sexo, nível de escolaridade, dentre outras (GIL, 2002).

Quanto aos meios a pesquisa foi classificada como pesquisa de campo. A pesquisa de campo é a investigação empírica efetivada no local onde ocorreu um fenômeno ou, no local que possui elementos para explicá-lo. Pode incluir aplicação de questionários, entrevistas, testes e observação participante ou não. Como exemplo pode-se citar o levantamento, análise e conclusão acerca das percepções dos usuários referente à automação de serviços bancários (VERGARA, 2006).

Em relação a coleta de dados, a população deste estudo foi composta por um total de 660 acadêmicos que iniciaram seus cursos a partir do ano de 2017 nos cursos de Administração e Ciências Contábeis na UNEMAT, *campus* de Tangará da Serra – MT. Porém, devido o curso de Administração oferecer turmas nos turnos diurno e noturno, totalizam 421 alunos matriculados, representando 63,8% da população. Já o curso de Ciências Contábeis oferece turmas apenas no turno noturno contando com 239 alunos matriculados, que representa 36,2% da população.

Levando em consideração a abordagem quantitativa do presente trabalho, com levantamento por meio de pesquisa *survey*, optou-se pelo questionário fechado como instrumento de coleta de dados. Este questionário foi estruturado no aplicativo de gerenciamento de pesquisas Google *Forms*. O link do questionário foi enviado aos acadêmicos que fizeram parte do público-alvo da pesquisa via *WhatsApp*, via *e-mail* e através da rede social Instagram e foi aplicado no período do dia 02 de fevereiro até 12 de março de 2021. Obteve-se a quantia de 162 questionários respondidos, porém, dois questionários tiveram que ser excluídos, pois estes participantes responderam em uma das questões de fato que já concluíram o curso, portanto, não faziam parte do público-alvo da pesquisa, totalizando então 160 questionários válidos.

O questionário utilizado foi adaptado do questionário validado pelo autor Silva (2019). As perguntas escolhidas foram as que possuíam maior relevância para o presente trabalho e confrontadas a partir do referencial teórico. Foram escolhidas questões que tinham alguma relação com o referencial teórico da presente pesquisa e suprimidas as questões repetitivas para evitar que o questionário ficasse muito extenso, podendo desmotivar o aluno a respondê-lo. Marconi e Lakatos (2003) apontam que o questionário deve ter uma limitação em sua extensão e em sua finalidade, afirmando que questionários muito longos causam fadiga e desinteresse.

A primeira parte do questionário constava com 5 questões perguntando sobre a idade, gênero, renda familiar, curso e semestre que o entrevistado estava cursando. As perguntas de fato referem-se a questões concretas, tangíveis, fáceis de precisar, ou seja, dizem respeito a dados objetivos, tais como: idade, sexo, profissão, domicílio, estado civil ou conjugal, dentre outros (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A segunda parte do questionário continha 22 questões relativas ao comportamento sustentável dos entrevistados, utilizando a escala Likert de 5 pontos, na qual para cada afirmação, o entrevistado poderia escolher somente uma alternativa, podendo ser “discordo totalmente”, “discordo”, “nem concordo nem discordo”, “concordo” ou “concordo totalmente”.

Para finalizar o questionário foi acrescida uma pergunta subjetiva, a qual questionava ao respondente o que ele entendia sobre a sustentabilidade. Essa pergunta tinha o objetivo de identificar se o respondente estava familiarizado com os conceitos de sustentabilidade expostos no referencial teórico, totalizando 28 questões.

Para uma melhor compreensão da análise dos dados, as questões foram agrupadas por assunto. Assim, foi adotada a seguinte padronização:

- a) Consumo de água: questões de nº Q21, Q26 e Q27;
- b) Consumo de energia: questões de nº Q6, Q7 e Q13;

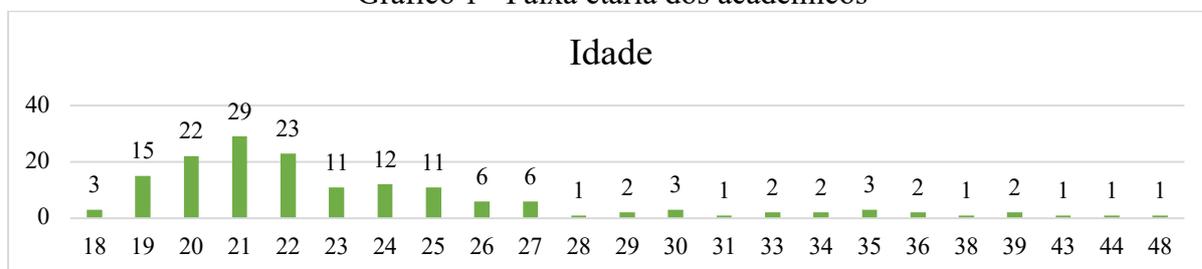
- c) Compras sustentáveis: questões de nº Q8, Q9, Q10, Q11, Q12, Q16, Q17 e Q22;
- d) Reciclagem: questão Q20;
- e) Meios de transporte: questões Q23 e Q24;
- f) Utilização dos produtos: questões de nº Q14, Q15 e Q18;
- g) Envolvimento com a sustentabilidade: questões Q19 e Q25.

Ainda em relação aos procedimentos de análise dos dados, uma vez tabulados pelo *Google Forms*, os dados foram exportados para o *Microsoft Excel*, que dispõe de recursos estatísticos para o cálculo das amostras, como a média, desvio-padrão e porcentagens.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As primeiras 5 questões do questionário buscaram caracterizar a amostra de participantes da pesquisa. Nelas foi perguntado a idade, gênero, renda familiar, curso e semestre atual. De acordo com as 160 respostas obtidas, os acadêmicos mais jovens que responderam a pesquisa têm 18 anos e o mais velho tem 48 anos, conforma mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 - Faixa etária dos acadêmicos



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Além disso, nota-se que a maior concentração de acadêmicos se encontra na faixa etária de 21 anos. Em relação ao gênero, o maior público-alvo da pesquisa é o feminino, totalizando 68,8% dos participantes, que corresponde a 110 mulheres.

Em relação à renda familiar, 42,5% dos acadêmicos têm uma renda de até 2 salários-mínimos, seguidos de 34,4% que recebem de 2 a 4 salários-mínimos. Os que recebem acima de 4 salários-mínimos totalizam a menor parte da amostra, 23,1% dos acadêmicos, sendo 6,9% de 4 a 6 salários, 7,5% de 6 a 8 salários e 8,8% acima de 8 salários-mínimos.

Levando em consideração que a amostra da pesquisa foi de 160 alunos, a distribuição por curso foi de uma amostra de 70,6% referente a 113 alunos do curso de Administração e uma amostra de 29,4% referente a 47 alunos do curso de Ciências Contábeis. Já era esperado que a participação dos alunos do curso de Ciências Contábeis ocorreria em um número menor que a participação dos de Administração, pois esse curso só é ofertado no turno noturno, diferentemente do curso de Administração, que é ofertado nos turnos matutino e noturno.

No que se refere ao semestre que cada aluno está cursando, tanto do curso de Administração como do curso de Ciências Contábeis, a distribuição da amostra é: no 1º semestre são 6 alunos (4%); no 2º semestre são 16 alunos (10%); no 3º semestre são 16 alunos (10%); no 4º semestre são 25 alunos (16%); no 5º semestre são 22 alunos (14%); no 6º semestre são 28 alunos (17%); no 7º semestre são 19 alunos (12%); e no 8º semestre são 28 alunos (17%).

Após transferir os dados para o *Microsoft Excel*, foram calculadas as médias e desvios-padrões da amostra relativas à segunda parte do questionário, as 22 questões acerca do comportamento sustentável, que foram quantificadas com escala likert de 5 pontos, conforme já mencionado na metodologia deste trabalho. Os resultados encontrados com as médias gerais das respostas estão divididos por cores, sendo branco para a resposta “Concordo e Concordo

totalmente”, a cor cinza claro para “Nem concordo nem discordo” e a cor cinza escuro para “Discordo e Discordo totalmente”.

Pode-se perceber na Tabela 1 que a maioria dos resultados obtidos demonstra indiferença por parte dos acadêmicos em relação as diferentes práticas de comportamento sustentável mencionadas. Nota-se que os alunos não estão dispostos a pagar mais caro (Q11) pelos produtos sustentáveis, não optam pela compra de produtos que são menos prejudiciais ao meio ambiente (Q10) e não têm o hábito de ler os rótulos das embalagens (Q12) para verificar se tais produtos contêm substâncias nocivas as pessoas e ao meio-ambiente. As respostas dos acadêmicos em relação as compras sustentáveis corroboram com o que foi encontrado na pesquisa de Melo et al. (2018) e Hohenberger, Tonin e Costa (2016), pois os resultados dessas duas pesquisas revelaram que os estudantes se mostraram indiferentes em relação as compras sustentáveis. Os estudos indicaram que um dos fatores que levam os consumidores a esse comportamento são o preço (geralmente mais caro) e a baixa disponibilidade dos produtos sustentáveis em referência aos demais produtos no mercado (GORNI; GOMES; DREHER, 2012) além da falta de conhecimento sobre esses produtos (PIVETTA, 2019). Já na pesquisa de Acevedo et al. (2019) e Zeitune (2019), em relação a disposição em pagar mais caro por produtos sustentáveis, os resultados demonstraram que os consumidores conscientes estão dispostos a pagar mais caro por produtos sustentáveis. Isto se deve ao fato deles conseguirem perceber o custo e benefício de optarem por tais produtos, isto é, depende da percepção de valor que eles têm desses produtos (ACEVEDO et al., 2019).

Verifica-se que poucos acadêmicos utilizam o transporte coletivo (Q24), o que contraria os resultados encontrados na pesquisa de Silva (2019) com 252 estudantes de Administração da Universidade Federal do Ceará, no que se refere a busca por maneiras alternativas ao uso do automóvel, pois a pesquisa do autor revelou uma alta frequência de utilização do transporte coletivo por parte dos alunos. Em relação aos acadêmicos não convencerem pessoas a deixarem de comprar produtos prejudiciais ao meio-ambiente (Q19), corrobora com a pesquisa de Melo et al. (2018) com 269 alunos de Administração da Universidade Federal do Ceará, indicando que os mesmos não estão agindo de forma favorável a preservação do meio ambiente, sendo então considerados como menos conscientes nesse ponto.

Cabe o destaque para as questões referentes ao consumo de energia (Q6, Q7 e Q13), pois as médias mostraram concordância com as afirmações, demonstrando que a maioria dos acadêmicos procuram economizar energia elétrica corroborando com a pesquisa de Perlin et al. (2016) realizada com estudantes de Administração e Ciências Contábeis de uma universidade federal, que apontou que os jovens estão conscientes em relação ao não desperdício de energia elétrica, buscando economizar energia desligando as luzes de ambientes não utilizados.

Em relação ao consumo de água (Q26), a pesquisa mostrou que apesar dos acadêmicos reconhecerem a importância da água como um recurso valioso demais para ser desperdiçado, isso não se transforma no comportamento de economizar água, visto que os mesmos demonstraram indiferença perante as questões (Q21 e Q27). Esses resultados corroboram com a pesquisa de Luppi (2017, p. 4) com estudantes de 8 cursos da UNEMAT, *campus* de Tangará da Serra, revelando que ter a “intenção de economizar água não se converte em um comportamento real”. Também com estudantes de Administração da mesma universidade, Amorim et al. (2019) analisaram o comportamento em relação ao consumo de água antes e depois de uma crise hídrica e os resultados demonstraram que o comportamento dos alunos não apresentou mudança em relação ao consumo de água, sendo necessária uma conscientização durável por parte dos alunos da importância de economizar água.

Sobre a utilização dos produtos (Q14 e Q15), verificou-se que os acadêmicos procuram aproveitar ao máximo a vida útil dos produtos, buscando consertá-los quando possível antes de descartá-los. Esse resultado corrobora com a pesquisa de Silva (2019), pois em sua amostra de

acadêmicos, a maioria também demonstrou adotar esse comportamento em relação a utilização dos produtos.

Tabela 1 - Médias gerais das respostas divididas por assunto

Consumo de água	Médias
Sempre mantenho a torneira fechada enquanto estou ensaboando as mãos e mantenho o chuveiro fechado enquanto ensabo o corpo. (Q21)	3,74
A água é um recurso valioso demais para ser desperdiçado. (Q26)	4,82
Para tarefas como lavar o carro, lavar a calçada, enxaguar plantas, dar descarga, lavar o piso, utilizo água reaproveitada do banho, da máquina de lavar, da chuva, da lavagem das frutas, etc. (Q27)	3,7
Consumo de energia	
Procuo sempre economizar energia elétrica. (Q6)	4,29
Desligo luzes e equipamentos que não estão sendo utilizados no momento. (Q7)	4,32
Eu procuro comprar eletrodomésticos mais eficientes, que consomem menos energia. (Q13)	4,17
Compras sustentáveis	
Prefiro consumir produtos orgânicos, pois são mais saudáveis. (Q8)	3,21
Quando conheço possíveis danos que um produto pode causar ao meio ambiente, eu não compro esse produto. (Q9)	3,21
Quando preciso optar entre 2 produtos, eu sempre escolho o que é menos prejudicial ao meio ambiente, mesmo sendo mais caro. (Q10)	2,85
Estou disposto a pagar mais caro por produtos sustentáveis. (Q11)	2,84
Sempre leio os rótulos das embalagens, para saber se aquele produto não possui substâncias nocivas às pessoas e ao meio ambiente. (Q12)	2,53
Se eu souber que determinada empresa causa danos ao meio ambiente, eu não compro os produtos dela. (Q16)	3,39
Sempre que possível, procuro adquirir produtos com embalagens reutilizáveis. (Q17)	3,5
Compro itens usados com frequência (por exemplo, livros, veículos, equipamentos seminovos, acessórios, etc.). (Q22)	3,23
Reciclagem	
Sempre separo o resíduo que pode ser reciclado (como metais, vidro, papelão, plásticos, alumínio, etc.). (Q20)	3,78
Meios de transporte	
As pessoas devem buscar alternativas ao uso do automóvel, como andar mais a pé, andar de bicicleta, utilizar transporte coletivo, entre outros. (Q23)	3,59
Utilizo com frequência o transporte coletivo. (Q24)	2,05
Utilização dos produtos	
Eu aproveito ao máximo a vida útil dos produtos. (Q14)	4,25
Antes de descartar algum objeto, eu procuro ver antes se ele pode ser consertado. (Q15)	4,14
Não utilizo produtos de empresas que degradam o meio ambiente, fazem testes em animais ou exploram a mão de obra dos operários. (Q18)	3,39
Envolvimento com a sustentabilidade	
Eu já convenci outras pessoas para não consumirem determinado produto que é nocivo ao meio ambiente. (Q19)	2,92
Busco me manter atualizado sobre questões ambientais e formas de preservação do meio ambiente. (Q25)	3,26

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Para sintetizar os resultados obtidos em relação aos gêneros masculino e feminino, a Tabela 2 apresenta as médias de ambos da mesma forma demonstrada pela Tabela 1, utilizando as mesmas cores mencionadas anteriormente para melhor visualização.

Conforme observado na Tabela 2, a maioria das médias das respostas dos homens e das mulheres não apresentaram diferenças significativas, apesar de Gorni, Gomes e Dreher (2012, p. 165) afirmarem que “os hábitos de consumo dos jovens podem variar em relação ao gênero, uma vez que os homens e as mulheres possuem algumas necessidades distintas”. Já na questão referente a não comprar produtos após conhecimento de que eles causam danos ao meio-ambiente (Q9), nota-se uma diferença, pois os homens discordam da afirmação e as mulheres demonstraram indiferença. Mesmo assim, observa-se a necessidade de que ambos sejam mais conscientes nesse aspecto.

Ainda sobre compras sustentáveis, a pesquisa de Gorni, Gomes e Dreher (2012) demonstrou que o preço ainda é um fator bastante considerado pelos estudantes quando fazem suas compras, tanto para os homens quanto para as mulheres, o que configura um desafio a venda de produtos sustentáveis, pois eles tendem a ser mais caros. O resultado obtido entre homens e mulheres reforça o que já foi comentado referente as médias gerais. São poucas questões que revelam a adoção de práticas sustentáveis por parte dos alunos. E não houve diferenças consideráveis entre os gêneros.

Tabela 2 - Médias das respostas dos gêneros feminino e masculino

	Média F.	Média M.
Consumo de água		
Sempre mantenho a torneira fechada enquanto estou ensaboando as mãos e mantenho o chuveiro fechado enquanto ensaboo o corpo. (Q21)	3,84	3,54
A água é um recurso valioso demais para ser desperdiçado. (Q26)	3,25	3,26
Para tarefas como lavar o carro, lavar a calçada, enxaguar plantas, dar descarga, lavar o piso, utilizo água reaproveitada do banho, da máquina de lavar, da chuva, da lavagem das frutas, etc. (Q27)	3,67	3,76
Consumo de energia		
Procuro sempre economizar energia elétrica. (Q6)	4,25	4,38
Desligo luzes e equipamentos que não estão sendo utilizados no momento. (Q7)	4,33	4,3
Eu procuro comprar eletrodomésticos mais eficientes, que consomem menos energia. (Q13)	4,09	4,34
Compras sustentáveis		
Prefiro consumir produtos orgânicos, pois são mais saudáveis. (Q8)	3,25	3,12
Quando conheço possíveis danos que um produto pode causar ao meio ambiente, eu não compro esse produto. (Q9)	3,32	2,96
Quando preciso optar entre 2 produtos, eu sempre escolho o que é menos prejudicial ao meio ambiente, mesmo sendo mais caro. (Q10)	2,85	2,84
Estou disposto a pagar mais caro por produtos sustentáveis. (Q11)	2,97	2,54
Sempre leio os rótulos das embalagens, para saber se aquele produto não possui substâncias nocivas às pessoas e ao meio ambiente. (Q12)	2,6	2,38
Se eu souber que determinada empresa causa danos ao meio ambiente, eu não compro os produtos dela. (Q16)	3,49	3,18
Sempre que possível, procuro adquirir produtos com embalagens reutilizáveis. (Q17)	3,55	3,4
Compro itens usados com frequência (por exemplo, livros, veículos, equipamentos seminovos, acessórios, etc.). (Q22)	3,16	3,36
Reciclagem		
Sempre separo o resíduo que pode ser reciclado (como metais, vidro, papelão, plásticos, alumínio, etc.). (Q20)	3,75	3,84
Meios de transporte		
As pessoas devem buscar alternativas ao uso do automóvel, como andar mais a pé, andar de bicicleta, utilizar transporte coletivo, entre outros. (Q23)	3,52	3,74
Utilizo com frequência o transporte coletivo. (Q24)	2,15	1,82
Utilização dos produtos		
Eu aproveito ao máximo a vida útil dos produtos. (Q14)	4,27	4,2

Antes de descartar algum objeto, eu procuro ver antes se ele pode ser consertado. (Q15)	4,19	4,04
Não utilizo produtos de empresas que degradam o meio ambiente, fazem testes em animais ou exploram a mão de obra dos operários. (Q18)	3,45	3,24
Envolvimento com a sustentabilidade		
Eu já convenci outras pessoas para não consumirem determinado produto que é nocivo ao meio ambiente. (Q19)	2,98	2,78
Busco me manter atualizado sobre questões ambientais e formas de preservação do meio ambiente. (Q25)	3,25	3,26

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Por fim, referente a adoção de práticas sustentáveis entre os acadêmicos pertencentes a cada faixa salarial, a Tabela 3 apresenta as médias das respostas dos alunos, com o mesmo esquema de cores já visto nas Tabelas 1 e 2.

Sobre o hábito de fechar a torneira enquanto ensaboa as mãos e desligar o chuveiro enquanto ensaboa o corpo (Q21), destaca-se o grupo de acadêmicos com maior renda (acima de 8 salários) que discorda da afirmação, demonstrando não adotarem esse hábito. Esse resultado corrobora com o encontrado por Luppi (2017) demonstrando que no caso de famílias com maior renda familiar, tem-se a menor intenção de economizar água e que de fato consomem mais água. Referente à compra de eletrodomésticos que consomem menos energia (Q13), o grupo de acadêmicos com maior renda (acima de 8 salários) também demonstrou não se preocupar com essa postura. Mais uma vez estes resultados confirmam que quanto menor a renda, maior é a preocupação ambiental conforme a pesquisa realizada por Rodrigues et al. (2013).

Pode-se observar que a maioria dos acadêmicos revelou indiferença diante das questões referentes as compras sustentáveis. Os grupos de acadêmicos com menor renda (até 2 salários-mínimos) não adotam as posturas como escolher o produto que é menos prejudicial ao meio ambiente, mesmo sendo mais caro (Q10), pagar mais caro por produtos sustentáveis (Q11) e ler os rótulos das embalagens, para saber se aquele produto não possui substâncias nocivas às pessoas e ao meio ambiente (Q12). Destaca-se o grupo de alunos que recebe de 6 a 8 salários-mínimos, que concordam em não comprar produtos de empresas que causam danos ao meio-ambiente (Q16).

Além disso, nota-se que os acadêmicos não utilizam o transporte coletivo com frequência (Q24), nem mesmo os que possuem menor renda. Em relação a reciclagem, destaca-se o grupo de acadêmicos com renda de 4 a 6 salários-mínimos, que afirma procurar separar o resíduo que pode ser reciclado (Q20). Os demais grupos são indiferentes a tal questão, corroborando com os resultados encontrados nas pesquisas de Silva (2019) e de Hohenberger, Tonin e Costa (2016) que revelaram que a maioria dos alunos não têm o hábito de fazer a separação do resíduo que pode ser reciclado.

Tabela 3 - Médias das respostas em relação a renda familiar

Questões por assunto	Renda Familiar (salários-mínimos)				
	Até 2	2 a 4	4 a 6	6 a 8	Acima de 8
Médias					
Consumo de água					
Q21	3,9	3,85	3,73	3,67	2,64
Q26	4,85	4,82	4,64	5	4,64
Q27	3,96	3,65	3,36	3,58	3
Consumo de energia					
Q6	4,38	4,25	4,36	4,25	4
Q7	4,37	4,33	4,18	4,33	4,14
Q13	4,15	4,16	4,36	4,42	3,93

Compras sustentáveis					
Q8	3,25	3,11	3,36	3,42	3,14
Q9	3,12	3,15	3,09	3,58	3,64
Q10	2,87	2,75	2,55	3,25	3,07
Q11	2,79	2,8	2,45	3,17	3,21
Q12	2,65	2,47	2,55	2,67	2,07
Q16	3,37	3,29	3,45	4,08	3,29
Q17	3,46	3,49	3,64	3,58	3,57
Q22	3,29	3,2	3	2,92	3,43
Reciclagem					
Q20	3,87	3,82	4,09	3,58	3,07
Meios de transporte					
Q23	3,47	3,75	3,82	3,75	3,21
Q24	2,46	1,82	1,91	1,5	1,57
Utilização dos produtos					
Q14	4,28	4,25	4,27	4,17	4,14
Q15	4,16	4,15	4,18	4,25	3,93
Q18	3,29	3,47	3,18	3,75	3,36
Envolvimento com a sustentabilidade					
Q19	2,93	2,75	3	3,67	2,86
Q25	3,28	3,11	3,55	3,33	3,43

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Em relação a questão subjetiva (Q28), foi perguntado aos acadêmicos o conceito de sustentabilidade do ponto de vista deles e levando em consideração a grande diversidade de respostas, foi necessário sintetizar os conceitos relatados pelos alunos. De maneira geral, a maioria dos alunos conhece o conceito de sustentabilidade, pois relataram em suas definições termos como preservar e cuidar do meio-ambiente; usar apenas o essencial, evitando desperdícios; criar rotinas sustentáveis, aproveitar os recursos de maneira útil; reciclar, reutilizar produtos e suprir as necessidades do presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras. Este resultado corrobora com a afirmação de Pivetta (2019) de que os acadêmicos de graduação possuem maior conhecimento sobre questões referentes a sustentabilidade. No entanto, Ferreira (2018) afirma que conhecer os conceitos de sustentabilidade não significa que as pessoas adotam um comportamento sustentável. Sua afirmação vai de encontro com as respostas das questões Q19 e Q25, nas quais os acadêmicos demonstraram não adotar os comportamentos mencionados e revelaram-se indiferentes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema de pesquisa foi respondido e através da aplicação do questionário foi possível conhecer quais os comportamentos sustentáveis os acadêmicos do curso de Administração e de Ciências Contábeis da UNEMAT têm adotado.

Dessa forma, o objetivo geral do trabalho também foi atendido, pois o mesmo procurou identificar esses comportamentos sustentáveis entre os alunos da universidade e por meio da aplicação do questionário isso foi efetivado. As práticas sustentáveis abordadas no estudo referem-se à economia de água, economia de energia, compras sustentáveis, reciclagem, meios de transporte, utilização dos produtos e envolvimento com a sustentabilidade. Além disso, o estudo foi composto por 3 objetivos específicos.

O primeiro, de caracterizar o comportamento dos alunos de Administração e Ciências Contábeis em relação ao consumo sustentável, foi alcançado. O questionário contemplou questões de diversos assuntos referentes às práticas sustentáveis e com as respostas dos alunos,

o comportamento dos mesmos pode ser caracterizado. A maioria dos resultados gerais obtidos revelou a indiferença dos acadêmicos de Administração e de Ciências Contábeis em relação as diferentes práticas de comportamento sustentável mencionadas anteriormente como por exemplo, as práticas de optar por comprar produtos menos prejudiciais ao meio-ambiente, estar dispostos a pagar mais caro por produtos sustentáveis e olhar os rótulos das embalagens para identificar produtos nocivos ao meio-ambiente, que tiveram o menor grau de conscientização. A prática que alcançou o maior grau de conscientização dos acadêmicos foi obtida nas questões relacionadas ao consumo de energia, corroborando com a pesquisa de Silva (2019).

O segundo objetivo específico, de examinar as distinções de comportamento com base nos gêneros feminino e masculino, foi atingido. Na questão Q9, referente a não comprar produtos após conhecimento de que eles causam danos ao meio-ambiente, nota-se uma diferença, pois os homens discordam da afirmação e as mulheres demonstraram indiferença. No entanto, ambos precisam se conscientizar nesse aspecto, pois não adotam esse comportamento. As médias das respostas dos homens e das mulheres não apresentaram diferenças significativas.

O terceiro objetivo específico, que consiste em investigar a relação entre as diferenças de renda e o comportamento observado, foi atendido. Nota-se que os acadêmicos com menor renda (até 2 salários-mínimos) necessitam de maior conscientização nas questões referentes as compras sustentáveis. Destaca-se de maneira positiva o grupo com renda de 6 a 8 salários-mínimos, que procura separar o resíduo que pode ser reciclado. Além do mais, destaca-se também o grupo com renda de 6 a 8 salários-mínimos, que concordam em não comprar produtos de empresas que causam danos ao meio-ambiente. No entanto, na maioria das questões não houve diferenças nas respostas em relação aos diferentes grupos de renda.

Observa-se que nos 3 aspectos analisados por meio dos objetivos específicos, os resultados revelaram que os acadêmicos necessitam de maior conscientização em relação a maioria dos aspectos do consumo sustentável relatados. Dessa forma, é importante que a academia invista em ações, eventos e cursos para introduzir a Educação Ambiental (EA) nesse ambiente que pode influenciar os acadêmicos a terem maior consciência da importância do cuidado com o meio ambiente, visando a melhoria da qualidade de vida da população (GUIMARÃES; TOMAZELLO, 2003).

Além disso, deve-se levar em consideração que a disciplina de Gestão Ambiental e Sustentabilidade é ofertada no curso de Administração e o curso de Ciências Contábeis tem a disciplina denominada “Contabilidade Social e Ambiental” em sua matriz curricular. Muitos desses alunos já foram aprovados nessas disciplinas, porém os resultados deste trabalho demonstraram que a maior parte dos acadêmicos permanece indiferente ou não adota a maioria das práticas sustentáveis abordadas. A presença dessas disciplinas nas grades curriculares desses cursos pode ter contribuído para o resultado da questão subjetiva, que revelou que os acadêmicos estão familiarizados com o conceito de sustentabilidade e suas práticas. No entanto, verifica-se que é necessário que a universidade faça muito mais do que apenas ofertar uma disciplina voltada para a gestão ambiental para conscientizar os acadêmicos a adotarem comportamentos sustentáveis.

Em virtude do surgimento da pandemia do Novo Coronavírus em março de 2020, perdurando ainda no ano de 2021, as aulas presenciais na universidade foram suspensas e passaram a ser ofertadas somente *online* através do SIGAA. Com isso, houve dificuldade de conseguir que os acadêmicos respondessem a pesquisa, já que antes havia a possibilidade de passar de sala em sala entregando os questionários presencialmente para os alunos, atingindo um número maior de respostas. O maior número de respondentes foi obtido através da procura das contas dos alunos no *Instagram* e o menor foi através dos e-mails institucionais.

Como sugestão de estudos futuros pode ser analisado não somente o comportamento sustentável dos alunos, como também o dos professores e funcionários da universidade, visando verificar se existem diferenças entre os comportamentos desses 3 integrantes da universidade.

Outra sugestão é que sejam analisados os comportamentos sustentáveis dos acadêmicos dos demais cursos ofertados pela universidade, integrando assim uma amostra maior da população de acadêmicos.

REFERÊNCIAS

- ACEVEDO, C.R.; TAMASHIRO, H.; RAMUSKI, C. L.; CHIAMULERA, B.; ACEVEDO, M. M.; CATÃO, B. **Comportamento de consumo: a informação dos produtos como resposta à lealdade dos consumidores sustentáveis**. Brazilian Journal of Development, Curitiba, vol. 5, nº 8, p.12965-12978, agosto/2019. Disponível em <http://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/2885>. Acesso em: 18 mar. 2021.
- AFONSO, Michele Hartmann Feyh et al. **Comportamento de Consumo Sustentável: Mensuração com o uso da Teoria da Resposta ao Item**. Gestão. org, v. 14, n. 1, p. 16-29, 2016. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/download/40687/31504> Acesso em: 08 jan. 2021.
- AMORIM, Tamires Aline De; LUPPI, Lierge; ECHEVESTE, Simone Soares; SILVA, Paula Maines Da. **Comportamento dos universitários de Administração frente ao consumo de água após uma crise hídrica: um estudo longitudinal**. 8º Fórum Internacional Ecoinnovar, Santa Maria/RS - 15, 16 e 17 de outubro de 2019. Disponível em: http://ecoinovar.submissao.com.br/8ecoinovar/anais/resumo.php?cod_trabalho=49. Acesso em: 25 mar. 2021.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é-o que não é**. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2017.
- CAPELINI, Marcia. **Potencialidade e aplicação da prevenção de resíduos de embalagens: abordagem sobre o projeto do produto e o consumo**. 2007. Tese (Doutorado em Ciências da Engenharia Ambiental) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2007. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18139/tde-01072007-093401/pt-br.php> Acesso em: 07 jan. 2021.
- CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt; PEREIRA, Adriana Camargo. **A extensão universitária no Brasil, do assistencialismo à sustentabilidade**. Revista de Educação, v. 10, n. 10, 2007. Disponível em: <https://revista.pgsskroton.com/index.php/educ/article/view/2133>. Acesso em: 25 jan. 2021.
- CAVENAGHI, L. S.; DIAS, L. S.; MARCHIORI, M. **A Interação entre os Sujeitos (Comunicação) e o Processo de Construção da Sustentabilidade nas Organizações**. Gestão e Sociedade, v. 12, n. 32, p. 2232-2256, 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/49255/a-interacao-entre-os-sujeitos--comunicacao--e-o-processo-de-construcao-da-sustentabilidade-nas-organizacoes>. Acesso em: 05 jan. 2021.
- COLTRO, Alex. **O comportamento do consumidor consciente como fonte de estímulos de mercado às ações institucionais socioambientais**. Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração, Montpellier, 2006. Disponível em: <http://www.luzimarteixeira.com.br/wp-content/uploads/2011/04/consumidor-consciente-e-acoes-socio-ambientais.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.
- CORTEZ, Ana Tereza Caceres; ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. **Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. UNESP, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PpNysRFKn4QC&oi=fnd&pg=PA7&dq=consumo+sustent%C3%A1vel&ots=E>

DBgK4KaB4&sig=-
bU9nLCQn59TH45DG5RISjW9fL4#v=onepage&q=consumo%20sustent%C3%A1vel&f=false. Acesso em: 10 jan. 2021.

DALMORO, Marlon. **A visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas**. Revista Gestão Organizacional, v. 2, n. 1, p. 87-104, 2009. Disponível em:
<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/139>. Acesso em: 05 jan. 2021.

FERREIRA, J. J. **Atitudes e comportamentos de bancários sobre consumo sustentável**. 2018. 189 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Aberta. [s.l.] : [s.n.], 2018. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/7276>. Acesso em: 04 jan. 2021.

FONSECA, João José Saraiva Da. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. João José Saraiva da Fonseca, 2002. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oB5x2SChpSEC&oi=fnd&pg=PA6&dq=pesquisa+cient%C3%ADfca&ots=ORPT_zcoi_&sig=CEKAKfAIjrcpLAXW8o0mKt9GKTQ#v=onepage&q=pesquisa%20cient%C3%ADfca&f=false. Acesso em: 10 jan. 2021.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: 4ª edição, Atlas, 2002.

GORNI, P. M.; GOMES, G.; DREHER, M.T. **Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável**. Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA), São Paulo, v. 6, nº 2, p. 165-179, maio-ago.2012. Disponível em:
<https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/468>. Acesso em 17 mar. 2021.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. 2 ed. rev. atual. São Paulo: Loyola, 2004.

GUIMARÃES, Simone Sendin Moreira; TOMAZELLO, Maria Guiomar Carneiro. **A formação universitária para o ambiente: educação para a sustentabilidade**. 2003. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/handle/1/7707>. Acesso em: 25 jan. 2021.

HOHENBERGER, V.; TONIN, S.; COSTA, V. M. F. **Consumo sustentável: comportamento consumidor de alunos de graduação em Administração**. Revista Amazônia, Organizações e Sustentabilidade. Belém, vol. 5, n.2, jul – dez/2016, p.73-90. Disponível em: <http://revistas.unama.br/index.php/aos/article/view/394>. Acesso em 10 jan. 2021.

KRAEMER, Maria EP. **O ensino universitário e o desenvolvimento sustentável**. In: VI Congresso da Organização Internacional de Universidade para o Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente–OIUDSMA. Anais. 2006. Disponível em:
http://www.comscientia-nimad.ufpr.br/2006/02/acervo_cientifico/outros_artigos/artigo_maria_elizabeth.pdf. Acesso em: 26 jan. 2021.

LIMA, Natália. **Triple Bottom Line: como funciona o Tripé da Sustentabilidade**. 2019. Disponível em: <https://blog.keruak.com.br/triple-bottom-line/>. Acesso em: 29 dez. 2020

LUPPI, Lierge. **Antecedentes da intenção de economizar água: Um estudo longitudinal**. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. São Leopoldo, 2017. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6339/Lierge+Luppi_.pdf;jsessionid=08D5DC4D08431BFDE9AE3C89857E7E4B?sequence=1. Acesso em: 24 mar. 2021.

MAGALHÃES, Regina; VENDRAMINI, Annelise. **Os impactos da quarta revolução industrial**. 2018. Disponível em:
<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/26904/74093-153852-1-PB.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2021.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO, D. N. B.; ROMERO, C. B. A.; REINADO, H. O. A.; ABREU, C. B. **Sustentabilidade – uma investigação da atitude e do comportamento de estudantes de Administração**. Revista Contemporânea de Economia e Gestão (CONTEXTUS). Edição especial: 80 anos FEAAC, 2018, p. 34-61. Disponível em <http://www.periodicos.ufc.br/contextus/article/view/33311>. Acesso em: 17 mar. 2021.

MONTENEGRO, Rebeca; DO VALE, Alyne; SOUSA, Ellen Campos. **A percepção de jovens estudantes universitários sobre consumo, obsolescência programada e equilíbrio sustentável**. XVI ENGEMA, 2014. Disponível em: <http://www.engema.org.br/XVIENGEMA/6.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2021.

OLIVEIRA, João Carlos Cabrelon. **Consumo Sustentável**. Veredas do Direito – Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, São Paulo, v. 9, n. 17, 2012. Disponível em: <http://revista.domhelder.edu.br/index.php/veredas/article/view/255>. Acesso em: 22 dez. 2020.

PAZ, F. J.; KIPPER, L. M. **Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios**. Revista GEPROS – Gestão da Produção, Operações e Sistemas. UNESP. Bauru, ano 11, nº 2, abr – jun/2016, p.85-102. Disponível em: <https://revista.feb.unesp.br/index.php/gepros/article/view/1403>. Acesso em: 29 dez. 2020.

PERLIN, A. P.; GOMES, C. M.; MACHADO, B. P.; MOTKE, F.; ROSSATO, G. **Comportamento ecológico: um estudo com os estudantes de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria – RS**. Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul, nº 44, p. 84-99, jul/dez. 2016. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/cepe/article/view/7110>. Acesso em: 17 mar. 2021.

PIVETTA, N. P. **Identificando as barreiras ao consumo verde**. 2019. 181 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2019. Disponível em <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/17417>. Acesso em: 18 mar. 2021.

RIBEIRO, J. de A.; VEIGA, R. T. **Proposição de uma escala de consumo sustentável**. Revista de Administração, [S. l.], v. 46, n. 1, p. 45-60, 2011. DOI: 10.1590/S0080-21072011000100005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rausp/article/view/44524>. Acesso em: 23 dez. 2020.

RODRIGUES, J. D.; MOREIRA, V. F.; OLIVEIRA, A. M. B.; AGUIAR, E. C.; BARBOSA E. T. **Comportamento de Consumo Verde: uma Análise dos Consumidores de Campina Grande**. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, Sergipe, v.5, n.1, p.316-332, 2013. Disponível em: <https://www.sustenere.co/index.php/rbadm/article/view/SPC2179-684X.2014.001.0019/496>. Acesso em: 23 dez. 2020.

SILVA, E. L. P.; MACHADO, D. Q.; LEOPOLDINO, C. B.; FARIAS, P.P. Moreira de. **Barreiras e ações para a sustentabilidade ambiental: um estudo de caso no IBAMA/CE**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, vol. 3, nº 4, p. 51-89, jul – ago/2018. Disponível em: <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/158/154>. Acesso em: 29 dez. 2020

SILVA, Felipe Kelre Ferreira da. **Comportamento sustentável dos alunos de Administração de uma universidade federal brasileira**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração. Fortaleza, 2019. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/50111>. Acesso em: 04 jan. 2021.

SILVA, Minelle Enéas Da.; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **Consumo Consciente: O papel contributivo da educação**. Revista Reuna, v. 15, n. 3, 2010. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/162>. Acesso em: 10 jan. 2021.

TAUCHEN, Joel; BRANDLI, Luciana Londero. **A gestão ambiental em instituições de ensino superior: modelo para implantação em campus universitário**. Gestão & Produção,

v. 13, n. 3, p. 503-515, 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-530X2006000300012&script=sci_arttext. Acesso em: 26 jan. 2021.

TUMELERO, Náina. **Pesquisa Survey: material completo desde os objetivos às variáveis**. Plataforma Mettzer. Santa Catarina, 2019. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/pesquisa-survey/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

VENTURINI, Lauren Dal Bem. **O modelo triple bottom line e a sustentabilidade na administração pública: pequenas práticas que fazem a diferença**. 2015. Disponível em: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/11691>. Acesso em: 29 dez. 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=vergara+VERGARA%2C+Sylvia+Constant.+Projetos+e+relat%C3%B3rios+de+pesquisa+em+Administra%C3%A7%C3%A3o&btnG=. Acesso em: 8 jan. 2021.

ZACARIAS, Elisa Ferrari Justulin; HIGUCHI, Maria Inês Gasparetto. **Relação pessoa-ambiente: caminhos para uma vida sustentável**. Revista Interações, Campo Grande, MS, v. 18, n. 3, p. 121-129, julho a setembro, 2017. Disponível em: <https://interacoesucdb.emnuvens.com.br/interacoes/article/view/1431/pdf>. Acesso em: 22 dez. 2020.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiana. **Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade**. Universidade de São Paulo. Instituto de Estudos Avançados. ISSN: 0103-4014, v. 30, n. 88, 2016. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/124268>. Acesso em: 23 dez. 2020.

ZEITUNE, Leonardo Jacques Gammal. **Moda sustentável: um estudo qualitativo com jovens empreendedores desse setor**. Diálogo com a Economia Criativa, v. 4, n. 10, p. 78-96, 2019. Disponível em: <http://revistasrio.espm.br/index.php/revistadcec-rj/article/view/176/pdf>. Acesso em: 22 dez. 2020.

WACHHOLZ, Chalissa; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Indicadores de sustentabilidade na PUCRS: uma análise a partir do Projeto Rede de Indicadores de Avaliação da Sustentabilidade em Universidades Latino-Americanas**. Contrapontos (Online), 2015. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/8662/2/Indicadores_de_sustentabilidade_na_PUCRS_uma_analise_a_partir_do_projeto_Rede_de_Indicadores_de_Avaliacao_da_Sustentabilidade_em_Universidades_Latino_Americanas.pdf. Acesso em: 26 jan. 2021.