



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RAYSSA RAQUEL FELIPE RIBEIRO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
LEVANTAMENTO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL
DOS GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIÃO DE ENSINO
SUPERIOR DE CAMPINA GRANDE- UNESC

CAMPINA GRANDE

2018



RAYSSA RAQUEL FELIPE RIBEIRO

**LEVANTAMENTO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL
DOS GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIÃO DE ENSINO
SUPERIOR DE CAMPINA GRANDE- UNESC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof (a): Ketrin Farias Bem Maracajá, Dra.

CAMPINA GRANDE

2018

**LEVANTAMENTO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL DOS
GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIÃO DE ENSINO SUPERIOR DE
CAMPINA GRANDE - UNESC**

Rayssa Raquel Felipe Ribeiro¹

Kettrin Farias Bem Maracajá²

RESUMO

Nos últimos anos a preocupação com as questões ambientais têm aumentado de forma significativa. Nesse sentido, as ações e escolhas individuais motivadas por preocupações ambientais passaram a ser vistas como essenciais, e o consumidor como o responsável pela sustentabilidade, através de suas escolhas cotidianas que interferem diretamente no sistema produtivo. Para que se tenha uma prática de consumo sustentável, portanto, é necessário compreender o comportamento do consumidor em relação às questões ambientais. Portanto, o objetivo deste estudo é analisar as práticas de consumo sustentável dos alunos do Curso de Administração da União de Ensino Superior de Campina Grande – UNESC, tendo como base a Escala de Consumo Sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011). Para tanto, em termos metodológicos, realizou-se uma *survey* de natureza quantitativa e descritiva. O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado sendo composto por 28 questões baseado na escala de consumo sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011). Observou-se que a dimensão economia de recursos teve o melhor desempenho na percepção dos estudantes pesquisados. O determinante menos evidente apontado na pesquisa é a reciclagem, na qual os estudantes mostraram que são indiferentes ou raramente praticam esse tipo de comportamento no cotidiano. De uma forma geral, ao analisar os indicadores de consumo sustentável presentes no dia a dia dos estudantes, nota-se que não houve atitudes e comportamentos amplamente sustentáveis.

Palavras-Chave: Consumo sustentável. Comportamento do consumidor. Indicadores de consumo.

**PERCEPTIONS OF BUSINESS DEGREE STUDENTS FROM UNIÃO DE ENSINO
SUPERIOR DE CAMPINA GRANDE- UNESC ON SUSTAINABLE
CONSUMPTION**

ABSTRACT

In recent years concern about environmental issues has increased significantly. In this sense, individual actions and choices motivated by environmental questions are considered essential, as well as, the consumer is seen as the responsible for sustainability, through their daily decisions that directly interfere in the productive system. Therefore, to a sustainable consumption practice, it is necessary to understand consumer behavior regards to environmental issues. Thus, in this study, the primary research's goal was to analyze the

¹Graduanda em Administração – Universidade Federal de Campina Grande- UFCG. E-mail: rayssa.raquel.395@gmail.com

²Doutora em Recursos Naturais pela Universidade Federal de Campina Grande- UFCG. E-mail: kettrinfarias@hotmail.com

sustainable consumption of students of management degree at Union of Higher Education of Campina Grande - UNESC. The methodology was quantitative and descriptive. Data collection was carried out by structured questionnaire with 21 questions based on the scale of sustainable consumption proposed by Ribeiro and Veiga (2011). It was observed that the resource saving dimension had the best performance in the students' perception. While recycling was the least evident determinant due to students showed that they are indifferent or rarely practice this type of behavior in daily life. General results of sustainable consumption indicators displayed there are not broadly sustainable attitudes and behaviors among in day by day students.

Keywords: Sustainable consumption. Consumer behavior. Indicators of consumption.

1 Introdução

Nos últimos anos, a preocupação com as questões ambientais têm aumentado de forma significativa. Um dos problemas relacionados a essa preocupação é a elevação do consumo, e conseqüentemente, o aumento da degradação dos recursos naturais que são acarretados pela emergência dos processos industriais, do capitalismo e da globalização (LIMA et al., 2015).

Considera-se que se os atuais padrões de consumo adotados pelos países desenvolvidos forem mantidos e adotados por outros países, o planeta não terá capacidade para se sustentar interferindo diretamente nos recursos naturais e alguns destes que estão disponíveis hoje irão desaparecer (BEDANTE, 2004). Nesse contexto, introduz-se o conceito de consumo sustentável, como sendo a utilização de produtos e serviços que atendam as necessidades básicas da sociedade e tragam melhoria na sua qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se minimiza o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, bem como a geração de resíduos e emissão de poluentes ao longo do ciclo de vida, sem comprometer as necessidades das gerações futuras (COSTA; TEODÓSIO, 2011). Através desse tipo de consumo é possível mudar os hábitos e criar a conscientização/sensibilização sobre sua importância, minimizando assim a poluição/degradação causada ao meio ambiente.

Nesse sentido, as ações e escolhas individuais motivadas por preocupações ambientais passaram a ser vistas como essenciais, e o consumidor como o responsável, através de suas demandas e escolhas cotidianas, por mudanças no sistema produtivo (PORTILHO, 2005).

Para que se tenha uma prática de consumo sustentável, portanto, é necessário compreender o comportamento do consumidor em relação às questões ambientais. Dentre os

consumidores, os estudantes universitários mostram-se atores sociais importantes para que se tenha um melhor entendimento referente ao consumo sustentável (TAMBOSI et al, 2015).

Quando questões relacionadas ao consumo sustentável são direcionadas para jovens universitários, pressupõe-se que este público, por frequentar uma instituição de ensino superior (IES) e trocar informações constantemente com professores que trabalham questões referentes a sustentabilidade, estes estejam bem informados sobre problemáticas atuais referentes ao tema sustentabilidade. Assim, a partir das IES, é possível mudar os hábitos e atitudes das pessoas, levando à formação de sujeitos mais conscientes, bem como trabalhar a sensibilização ambiental (SUELEN TELOCKEN et al. 2017).

Diante desse contexto, a presente pesquisa foi conduzida mediante a seguinte questão de investigação: Quais as práticas de consumo sustentável dos alunos do Curso de Administração da União de Ensino Superior de Campina Grande – UNESC? Portanto, para que esta problemática seja resolvida se faz necessário destacar o objetivo deste estudo que é analisar as práticas de consumo sustentável dos alunos do Curso de Administração da União de Ensino Superior de Campina Grande – UNESC, tendo como base a Escala de Consumo Sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011).

O presente estudo se justifica e torna-se relevante uma vez que contribui para a produção científica na área de Consumo Sustentável aplicada no contexto do ensino superior. Os resultados desta pesquisa podem viabilizar a avaliação de novas ações de consumo sustentável, que já são ou podem vir a ser desenvolvidas com os estudantes, podendo servir como instrumento para subsidiar melhorias no ensino da problemática sobre sustentabilidade na instituição objeto de estudo.

O artigo está estruturado em cinco tópicos, incluindo esta parte introdutória. A seguir, apresenta-se o referencial teórico, abordando os tema consumo sustentável e suas dimensões, e contextualizando a sustentabilidade socioambiental no curso de administração. No terceiro tópico, apresenta-se a metodologia aplicada, seguida da análise dos resultados da pesquisa. No último, são apresentadas as considerações finais e as referências utilizadas.

2 Fundamentação teórica

2.1 O Consumo Sustentável e sua importância

A prática do consumo acompanha o ser humano em todos os momentos de sua vida, de forma direta ou indiretamente, o que confirma a ideia de que é impossível viver sem consumir (SILVA, 2012). Deste modo reflete as práticas individuais, onde cada um possui a condição de escolha sobre suas ações. Com o grande incentivo de práticas individualistas, é

preciso que haja uma mudança de consumo, para tanto é necessário redirecionar o foco para outro caminho, no qual se possa compreender que é impossível manter a prática de consumo, dada as condições atuais de exploração dos recursos naturais e seu esgotamento (SILVA; CÔRREA; GÓMEZ, 2012). Surge, portanto, a busca por um consumo mais responsável que almeja a preservação dos recursos naturais para as gerações futuras, sendo melhor trabalhado a sensibilização e a conscientização ambiental.

A preocupação com essa mudança de consumo, surgiu a partir da década de 1990, com a realização da Rio 92, onde a problemática ambiental passou a ser relacionada, de forma mais evidente, com os altos padrões de consumo e o estilo de vida do ser humano (OLIVEIRA, CORREIA, GOMÉZ, 2014).

Essa mudança de prática em busca de um consumo sustentável iniciou-se com o consumo verde, no qual o consumidor além da variável qualidade/preço inclui a variável ambiental no seu poder de escolha devido ter uma maior preocupação com a agressão ao meio ambiente (PORTILHO, 2005). Uma evolução do consumo verde é o consumo sustentável, que pode ser considerado como a utilização dos recursos naturais para satisfazer as nossas necessidades, mas sem prejudicar o meio ambiente e sem colocar em risco as gerações futuras (HOHENBERG; TONIN; COSTA, 2016).

Para Ribeiro e Veiga (2011), o consumo sustentável envolve a busca por produtos e serviços ecologicamente corretos, a economia de recursos, a utilização cuidadosa de materiais e equipamentos até o fim de sua vida útil, a reutilização de produtos e a correta destinação de materiais para reciclagem no fim do ciclo de vida dos produtos. Os autores propõem uma escala onde o consumo sustentável é tratado em quatro variáveis: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade, que são descritas a seguir.

2.2 Consciência Ecológica

Diante dos atuais problemas causados pelas negligências dos seres humanos com o meio ambiente percebe-se uma maior preocupação com esta temática, e entende-se que é preciso estimular a consciência ecológica dos consumidores (GORNI et al, 2016).

O termo consciência ecológica retrata a fase de aquisição do produto, indicando a preferência dos consumidores por produtos e serviços ecologicamente corretos (RIBEIRO; VEIGA, 2011). É preciso conhecimento para que eles desenvolvam uma consciência ecológica. Nesse sentido, Alves (2010) afirma que o desenvolvimento dessa consciência é influenciada pelos conceitos adquiridos pelas pessoas através de informações percebidas no ambiente ao longo do tempo.

Os indivíduos que possuem maior nível de consciência ecológica têm hábitos mais corretos e possuem maior preocupação com os impactos que suas atitudes causam, se preocupando também com as atitudes dos outros (HOHENBERG, TONIN; COSTA, 2016). Assim, a consciência ecológica está diretamente relacionada à forma com que o indivíduo se comporta em suas atitudes cotidianas de consumo, bem como à percepção de seu papel frente as questões ambientais e a economia de recursos.

2.3 Economia de Recursos

A exploração e transformação desordenada dos recursos finitos não renováveis, vem causando cada vez mais impactos para os seres vivos, nos ambientes humanos e introduzem no meio ambiente elementos poluidores causando desequilíbrio ambiental (RONCHI et al, 2016). Na concepção do Instituto Akatu (2012) o uso excessivo de recursos naturais, tanto os renováveis como os não renováveis, a dificuldade na mobilidade urbana e o acúmulo de resíduos são exemplos do modelo insustentável de produção e consumo atualmente adotado.

Nesse sentido, a economia de recursos retrata a fase de uso, destacando o não desperdício de água e energia elétrica. Essa categoria reflete uma das bases da sustentabilidade, na medida em que trata de aspectos diretamente envolvidos com a redução do desperdício (RIBEIRO; VEIGA, 2011). Os indivíduos que adotam a economia de recursos buscam sempre utilizar meios alternativos, como por exemplo, a substituição do carro por caminhada, bicicleta ou por ônibus, dentre outras inúmeras formas.

As práticas de economia de recursos pressupõem benefício direto para o indivíduo, considerando o não desperdício de recursos e trazendo retorno imediato e de curto prazo como pode ser visto através da reciclagem (INSTITUTO AKATU, 2012).

2.4 Reciclagem

Reciclagem retrata a fase de descarte, reuso e reaproveitamento de materiais. Essa etapa lembra o cuidado com o meio ambiente no fim do ciclo de vida dos produtos (RIBEIRO; VEIGA, 2011).

Deste modo ela permite o reaproveitamento de resíduos, convertendo-os em materiais e matérias-primas, evitando o desperdício, reduzindo a retirada de recursos naturais do meio ambiente e contendo a poluição e o volume de lixo. Layrargues (2011), afirma que recicla-se para não se reduzir o consumo, pois, a reciclagem representa, além da salvação da cultura do consumismo, a permanência da estratégia produtiva da descartabilidade e da obsolescência planejada.

Para os institutos Akatu e Ethos (2010) as questões de reciclagem são práticas diretamente ligadas ao descarte, reuso, e reaproveitamento de materiais, podendo trazer um retorno imediato para o consumidor, às vezes não. Esse processo leva mais tempo e esforço, mas isso pode trazer um benefício maior para o consumidor, assim, compensando seu sacrifício e fazendo com que, este consumidor passe a adquirir mais produtos embasados na frugalidade (TONIN; LARENTIS; MATTIA, 2012).

2.5 Frugalidade

Frugalidade se refere a compra de produtos usados e a reutilização dos produtos sempre que possível (RIBEIRO; VEIGA, 2011). Assim, pode ser visto como um estilo de vida que influencia a decisão de compra e padrões de consumo das pessoas que aderem a ela e com isso impactam a sociedade (RONCHI et al, 2016).

As práticas de frugalidade pressupõem a otimização racional de recursos, que se forem planejadas antecipadamente são melhor aproveitados e infere um retorno a médio e longo prazos (INSTITUTO AKATU; INSTITUTO ETHOS, 2010). Para sociedade de consumo é uma alternativa viável para os problemas agravados devido ao alto consumo dos produtos, nos dias atuais.

Nesse sentido, Layrargues (2011) afirma que a frugalidade representa um ato de libertação da obrigação de consumir, permitindo substituir a busca exagerada do consumo pela busca de outros valores, ou então, um deslocamento do consumo material para um consumo não-material.

2.6 Sustentabilidade Socioambiental no Curso de Administração

A visão da consciência ambiental dos futuros profissionais, graduados no Ensino Superior, depende em parte da capacidade humana para inverter a crescente degradação do meio ambiente e instaurar a sustentabilidade no planeta (MARCONI, 2009). Nesse sentido, é necessário abordar temáticas relacionadas à sustentabilidade em todos os cursos e modalidades de ensino como forma de informar, educar e conscientizar principalmente aos jovens, os quais podem ser protagonistas na condução de um desenvolvimento sustentável e na garantia de um mundo melhor (LIMA et al. 2015).

Nessa perspectiva, os professores atuam como mediadores de conhecimento necessário para que os alunos adquiram uma compreensão necessária sobre o meio ambiente, seus problemas, suas soluções e da importância da responsabilidade de cada um para construir uma sociedade planetária mais equitativa e ambientalmente sustentável (MOTKE et al. 2016).

Quando se trata do curso de graduação em Administração, a formação de administradores comprometidos com a questão ambiental é necessária, pois garante que as organizações que têm em seu comando profissionais preocupados com a preservação ambiental ocupem um lugar de destaque no mercado, além de legitimar a sua credibilidade em relação ao seu público consumidor (RIBEIRO; MIRANDA, 2011 p. 213).

Uma grande dificuldade encontrada pelas IES é que a inserção da sustentabilidade socioambiental nos cursos de administração se dá de forma principiante ou por meio de disciplinas ou programas específicos dentro da estrutura curricular, e não de forma mais complexa, interdisciplinar e transversal como deveria ser (VENZK; NASCIMENTO, 2013). A seguir é apresentada a metodologia utilizada na pesquisa.

2 Metodologia

A pesquisa realizada caracteriza-se como descritiva e de natureza quantitativa. É descritiva, pois haverá o registro, análise dos fatos sem manipulá-los, procurando descobrir, com precisão, a frequência em que o fenômeno ocorre (MANZATO; SANTOS, 2012). Adotou-se a abordagem quantitativa, que se caracteriza como uma metodologia que procura quantificar os dados e, geralmente, é aplicada a alguma forma de análise estatística (MALHOTRA, 2006).

Como estratégia de pesquisa realizou-se uma *survey*, que segundo Gil (2008, p. 55) é caracterizada pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

Nessa pesquisa o instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado sendo composto por 28 questões e estando baseado na escala de consumo sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011). O questionário foi dividido em três partes, a primeira delas foi composta pela identificação dos respondentes, constituída pelas seguintes questões: faixa etária, gênero, estado civil e renda familiar. A segunda parte buscava identificar as informações acadêmicas, como período do curso e turno em que estuda. A terceira parte do questionário identificou os hábitos de consumo sustentável dos respondentes com base na escala proposta por Ribeiro e Veiga, que é composta por vinte e uma variáveis. As questões utilizadas para coleta de dados podem ser visualizadas no Quadro 01.

Quadro 01- Escala de Consumo Sustentável

Dimensão Consciência ecológica	
1	Costumo ler rótulo dos produtos para ver se existem informações sobre cuidados com o meio ambiente.
3	Na compra de produtos, prefiro os que usam embalagens recicladas.

continua...

...continuação

4	Nas eleições para cargos públicos, prefiro votar em candidatos que tem posições firmes em defesa do meio ambiente.
6	Procuro influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente.
7	Interesso-me por notícias relativas ao meio ambiente.
10	Paro de comprar de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente.
12	Mudo de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio Ambiente.
	Dimensão Economia de Recursos
14	Deixo aparelhos como televisão e computador ligados, mesmo quando não estou utilizando.
15	Evito o consumo de embalagens desnecessárias (por exemplo, sacolas plásticas).
18	Fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos.
19	Deixo luzes acesas sem necessidade.
21	Utilizo marcas de eletrodomésticos e equipamentos que consomem menos energia.
	Dimensão Reciclagem
2	Separo objetos de metal (latas de alumínio, óleo, extrato de tomate etc) para reciclagem
9	Separo vidro (garrafas de cerveja, refrigerante, frascos de perfumes etc) para reciclagem
17	Separo papéis (jornais, revistas, livros, cadernos etc.) para reciclagem.
20	Separo embalagens de plástico (sacolas, garrafas PET, copos descartáveis etc.) pra reciclagem.
17	Separo papéis (jornais, revistas, livros, cadernos etc.) para reciclagem.
	Dimensão Frugalidade
5	Busco maneiras de reutilizar os objetos.
8	Tento consertar as coisas ao invés de jogá-las fora
11	Compro produtos usados
13	Compro refil de produtos para utilizar recipientes que já possuo
16	Uso uma bolsa reutilizável para fazer compras.

Fonte: Ribeiro e Veiga (2011).

A escala utilizada nesse estudo tem origem no trabalho de Ribeiro e Veiga (2011), que realizaram uma pesquisa com 512 estudantes de diversos cursos de uma Universidade Federal do Brasil.

O universo deste estudo contempla os alunos do Curso de Administração da União de Ensino Superior de Campina Grande - UNESC que totaliza 50 estudantes matriculados no 2º, 4º e 9º período. A coleta dos dados ocorreu nos dias 10 e 26 de setembro de 2018 e foram abordados apenas os alunos que estavam em sala de aula no momento da aplicação do questionário. A amostra contemplou todas as turmas do curso de administração e foi por acessibilidade e conveniência, desta forma caracterizando-se como não probabilística. A amostra foi composta por 46 estudantes (correspondendo a 92% do universo) sendo considerada bastante significativa devido ter atingido quase a totalidade dos estudantes.

Foi adotada uma escala *Likert* de 5 pontos (sendo 1: nunca; 2: raramente; 3: às vezes; 4: frequentemente e 5: sempre) para mensuração das afirmativas apresentadas, sendo posteriormente os dados tabulados e as tabelas geradas no *Software Excel 2013*.

Para que fosse possível concluir o objetivo deste estudo referente as determinantes do consumo sustentável, os dados tabulados foram submetidos a análises referente a estatística descritiva, que segundo Freund e Simon (2000) compreende a manipulação dos dados para

resumi-los ou descrevê-los, sem buscar inferir qualquer coisa que ultrapasse os próprios dados. Os resultados são apresentados a seguir.

4 Resultados e discussão

4.1 Caracterização dos respondentes

A primeira parte da análise contempla os dados dos perfis dos estudantes que participaram da pesquisa. Observou-se que as faixas etárias que apresentaram um maior percentual foram entre 19 a 28 anos totalizando 55% dos respondentes, a minoria dos acadêmicos respondentes fica entre os que têm até 18 anos com apenas 2%, matriculados no turno noturno (100%). Quanto ao gênero, 57% são do gênero feminino e 43% do gênero masculino, o que demonstra que há um equilíbrio entre os gêneros. Em relação ao estado civil, 54% dos estudantes são solteiros e 35% são casados. A renda familiar dominante entre os estudantes encontra-se na faixa de 2 a 4 salários mínimos, com 59%, 33% encontra-se na faixa de 0 a 1 salário mínimo.

Em última análise, 70% dos respondentes afirmaram que já cursaram uma disciplina relacionada à sustentabilidade no curso de Administração da UNESC.

Nas subseções a seguir são analisados os dados obtidos na realização da pesquisa com base nas seguintes dimensões da escala de consumo sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011): consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade.

4.2 Consciência ecológica

A dimensão consciência ecológica busca compreender se os estudantes de Administração apresentam essa consciência para um consumo de modo sustentável. A Tabela 1 demonstra a avaliação das 7 questões que remetem a consciência ecológica (1, 3, 4, 6, 7, 10 e 12), propostas pelo modelo de Ribeiro e Veiga (2011).

Tabela 1: Dimensão Consciência Ecológica

Questões	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
1- Costumo ler rótulo dos produtos para ver se existem informações sobre cuidados com o meio ambiente	2,00	1,245	62%
3- Na compra de produtos, prefiro os que usam embalagens recicladas	3,00	1,186	39%
4- Nas eleições para cargos públicos, prefiro votar em candidatos que tem posições firmes em defesa do meio ambiente	3,00	1,483	49%

continua...

...continuação

6- Procuo influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente	4,00	1,003	25%
7-Interesso-me por notícias relativas ao meio ambiente	4,00	1,256	31%
10- Paro de comprar de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente	3,00	1,397	447%
12- Mudo de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio ambiente	3,00	1,330	44%

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Percebe-se na Tabela 1 que as médias da dimensão da consciência ecológica estão situadas entre 2 (menor média) e 4 (maior média).

As questões que apresentaram médias mais elevadas foram: 6 (Procuo influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente) e 7 (Interesso-me por notícias relativas ao meio ambiente), ambas com média de 4. A primeira revela que os estudantes têm o habito de convencer amigos e parentes a não comprar produtos que prejudicam o meio ambiente. Assim, como afirmado por Mondini et al. (2018) a conscientização das pessoas pode ser um primeiro passo para que elas tenham hábitos de consumo sustentáveis. Quanto a segunda questão, subentende-se, portanto, que os estudantes estão informados sobre as questões socioambientais que preocupa a sociedade atual.

Já a questão que apresentou a média mais inferior nessa variável foi: 1 (Costumo ler rótulo dos produtos para ver se existem informações sobre cuidados com o meio ambiente), com média de 2. A rotulagem é um instrumento que garante ao consumidor acesso a produtos seguros (Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. 160 p.).

De Toni *et al.* (2012) enfatizam a importância da preferência dos consumidores por produtos, serviços, empresas e políticos ecologicamente corretos, uma vez que essas escolhas tendem a contribuir para a pratica do consumo sustentável. No que tange a pergunta 4 da Tabela 1, os estudantes pesquisados foram questionados se nas eleições demonstravam preferência nas suas decisões de voto para aqueles candidatos que tem posições firmes em relação ao meio ambiente, obtendo-se media 3. Isso demonstra que às vezes eles agem dessa maneira, corroborando com o resultado encontrado no estudo de Hohenberg, Tonin e Costa (2016) onde os discentes do curso de Administração de uma Instituição privada de Santa Maria também se mostraram indiferentes a esse tipo de comportamento com média de 3,15.

Quando os respondentes são questionados se (na compra de produtos, prefiro os que usam embalagens recicladas), eles demonstraram-se que às vezes praticam esse comportamento com uma média de 3.

Buscou-se identificar também o comportamento dos respondentes em relação as empresas que mostram desrespeito com o meio ambiente e se eles mudam de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio ambiente. Verificou-se que esse comportamento ainda não é disseminado no grupo investigado, cujas respostas de comportamento foram média 3, às vezes.

Como pode ser observado na Tabela 1, os desvios padrões e coeficientes de variação foram baixos, o que demonstra certa conformidade de opiniões para estas variáveis.

4.3 Economia de Recursos

A segunda variável abordada na pesquisa foi economia de recursos, que busca compreender se os estudantes de administração apresentam esse comportamento de consumo sustentável. A Tabela 2 demonstra a avaliação das 5 questões pesquisadas que remetem a economia de recursos propostas pelo modelo de Ribeiro e Veiga (2011).

Tabela 2: Economia de Recursos

Questões	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
14- Deixo aparelhos como televisão e computador ligados, mesmo quando não estou utilizando	1,00	1,236	124%
15- Evito o consumo de embalagens desnecessárias (por exemplo, sacolas plásticas)	3,00	1,541	51%
18- Fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos	4,50	1,845	41%
19- Deixo luzes acesas sem necessidade	1,00	1,224	122,4%
21- Utilizo marcas de eletrodomésticos e equipamentos que consomem menos energia	4,00	1,773	44%

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Percebe-se na Tabela 2 que as medias estão situadas entre 1 (menor média) e 4,5 (maior média). A questão que apresentou a maior média foi a 18 (Fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos), com média de 4,5. O que pode ser entendido como uma atitude positiva à luz do consumo sustentável. Tal resultado pode estar vinculado ao intensivo processo de conscientização realizado na mídia, principalmente televisiva, a qual de forma simples demonstra a possibilidade de contribuição

individual para uma mudança micro rumo a um consumo sustentável (SILVA; OLIVEIRA; GOMÉZ, 2013).

As questões que apresentaram médias mais inferiores nessa variável foram: 14 (Deixo aparelhos como televisão e computador ligados, mesmo quando não estou utilizando) e 19 (Deixo luzes acesas sem necessidade), ambas com média de 1. O que demonstra que os estudantes nunca agem dessa forma.

Outra questão associada ao consumo de energia é se os estudantes utilizam marcas de eletrodomésticos e equipamentos que consomem menos energia. Segundo os dados obtidos, frequentemente os estudantes adotam esse tipo de comportamento, com média de 4. Considera-se esta atitude benéfica para o meio ambiente

Por fim, buscou-se identificar se os respondentes evitam o consumo de embalagens desnecessárias. Os dados apontam que os estudantes às vezes adotam esse tipo de comportamento com média 3.

Os desvios padrões e coeficientes de variação encontrados nas questões 15 (1,541 e 51%), 18 (1845, 41%) e 21 (1,773, 44%) se apresentam baixos, o que indica pouca disparidade entre as respostas. De modo geral pode-se notar que há uma preocupação com os fatores de economia de recursos nos estudantes pesquisados.

4.4 Reciclagem

A Tabela 3 demonstra a avaliação das 4 questões pesquisadas que remetem a reciclagem, que foram propostas pelo modelo de Ribeiro e Veiga (2011), buscando compreender se os respondentes adotam este comportamento de consumo sustentável.

Tabela 3: Dimensão Reciclagem

Questões	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
2- Separo objetos de metal (latas de alumínio, óleo, extrato de tomate etc) para reciclagem.	2,50	1,241	49,6%
9- Separo vidro (garrafas de cerveja, refrigerante, frascos de perfumes etc) para reciclagem.	3,00	1,275	42,5%
17- Separo papéis (jornais, revistas, livros, cadernos etc) para reciclagem	2,00	1,366	68,3%
20- Separo embalagens de plástico (sacolas, garrafas PET, copos descartáveis etc) pra reciclagem	3,00	1,616	54%

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Quanto maior número de pessoas engajadas na seleção de material reciclável, maior será o benefício gerado ao meio ambiente (TELOCKEN et al. 2017). Desse modo, buscou-se identificar se os estudantes separam o lixo para reciclagem.

Conforme a questão 1 apresentada na Tabela 3, os estudantes responderam que raramente separam objetos de metal, como latas de alumínio óleo, extrato de tomate para reciclagem, obtendo uma média de 2,5. Corroborando com o estudo de Hohenberg, Tonin e Costa (2016) onde os discentes do curso de Administração de uma Instituição privada de Santa Maria também mostraram que raramente agem dessa forma, com média de 2,54.

Observa-se que os estudantes às vezes separam vidros (como garrafas de cerveja, refrigerante, frascos de perfumes, dentre outros frascos) e embalagens de plástico pra reciclagem, com uma média de 3.

No que tange a questão 10, os estudantes foram questionados se separam papeis, como jornais, revistas, livros, cadernos para reciclagem, demonstrando que raramente fazem essas ações, com média de 2.

Os desvios padrões e coeficientes de variação encontrados nessa dimensão se apresentaram baixos confirmando a pouca variabilidade das respostas.

4.5 Frugalidade

A Tabela 4 ilustra as questões referente a dimensão frugalidade, que buscou-se identificar se os estudantes de administração adotam esse comportamento sustentável na hora de comprar e descartar produtos e objetos. Nessa variável foram pesquisadas 5 questões (5, 8, 11, 13, e 16) propostas pelo modelo de Ribeiro e Veiga (2011).

Tabela 4: Dimensão Frugalidade

Questões	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
5- Busco maneiras de reutilizar os objetos	4,0	1,222	30,55
8- Tento consertar as coisas ao invés de jogá-las fora	4,00	1,223	30,55%
11- Compro produtos usados	3,00	0,924	30,57%
13- Compro refil de produtos para utilizar recipientes que já possuo	3,00	1,695	30,87%
16- Uso uma bolsa reutilizável para fazer compras	2,50	1,366	55%

Fonte: Dados da Pesquisa, (2018)

Observa-se que as questões que apresentaram médias mais elevadas nessa dimensão foram: 5 (Busco maneiras de reutilizar os objetos) e 8 (Tento consertar as coisas ao invés de

jogá-las fora) ambas com média 4. Esse resultado estar relacionado a economia de recursos financeiros.

No que se refere à compra de produtos usados e compra de refil de produtos, os dados mostram que às vezes os respondentes praticam esse tipo de comportamento, com média de 3. Corroborando com o estudo de Hohenberg, Tonin e Costa (2016) onde os estudantes também mostraram que raramente adotam esse tipo de comportamento, com média de 2,78. Por fim, quanto ao uso de bolsa reutilizável para fazer compras, os estudantes de administração raramente o fazem, com uma média de 2,5.

Os desvios padrões e coeficientes de variação encontrados nessa variável se apresentam baixos, confirmando a pouca variabilidade dos dados.

Portanto, é possível se admitir, a partir da análise dos indicadores de consumo sustentável que a dimensão economia de recursos teve o melhor desempenho nas práticas dos estudantes que responderam à pesquisa. Este resultado demonstra que os alunos estão preocupados com os impactos negativos do consumo excessivo dos recursos naturais. Verifica-se que os estudantes também apresentam o desenvolvimento de uma consciência ecológica, o que pode estar associado ao fato da temática sustentabilidade ser abordada no ambiente de ensino. Já em relação a dimensão frugalidade, observou-se que os alunos se preocupam em buscar reutilizar ou consertar objetos ao invés de jogá-los fora, mas no aspecto de compra de produtos usados apresentam índices negativos. O determinante menos evidente apontado na pesquisa é a reciclagem, na qual os estudantes mostraram que são indiferentes ou raramente praticam esse tipo de comportamento no cotidiano.

5 Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo analisar as práticas de consumo sustentável dos alunos do curso de Administração da União de Ensino Superior de Campina Grande- UNESC, tendo como base a Escala de Consumo Sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011).

Ao analisar os indicadores de consumo sustentável presentes nos estudantes, nota-se que não houve atitudes e comportamentos amplamente sustentáveis. Constatou-se que as questões melhores avaliadas foram na dimensão economia de recursos: deixo aparelhos como televisão e computador ligados, mesmo quando não estou utilizando; fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos e deixo luzes acesas sem necessidade. Diante disso, pode-se dizer que os acadêmicos demonstraram-se comprometidos e conscientes nesses aspectos de economia de recursos.

Quanto as outras dimensões, foram observadas que as variáveis melhores avaliadas foram: na dimensão consciência ecológica (influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente e interesse por notícias relativas ao meio ambiente); na dimensão frugalidade (maneiras de reutilizar os objetos e consertar as coisas ao invés de jogá-las fora); na dimensão reciclagem os acadêmicos se mostraram indiferentes em separar embalagens de plástico e de vidro e dentro do aspecto separar objetos de metal e de papel, os estudantes afirmaram quase nunca realizar este comportamento.

Os resultados apresentados na pesquisa corroboram com a afirmação de Tambosi et al. (2015) sobre a predisposição anunciada pelos consumidores a comprar de forma sustentável, mas que ainda não se reflete na prática. Tais resultados demonstram a importância dessa temática ser abordada no ensino de universitários para os futuros administradores, gestores e empreendedores, ou seja, profissionais que poderão fazer parte das organizações e influenciar as decisões de consumo da sociedade.

Indica-se como limitação deste estudo o fato de a pesquisa ter sido aplicada apenas com estudantes de uma única universidade, impossibilitando generalizações. Sugere-se, portanto, como proposta para futuros estudos a reaplicação do modelo de consumo sustentável em outras Instituições de Ensino Superior (IES) e contemplando alunos de outros cursos. Também se sugere que seja realizado estudos qualitativos em conjunto com estudos quantitativos, para que os resultados sejam comparados, com o objetivo de obter uma melhor compreensão do consumo sustentável.

REFERÊNCIAS

ALVES, Sinara Heck. **Avaliação do grau de consciência ambiental, do consumo ecológico e dos critérios de compra utilizados por consumidores da região central de São Leopoldo-RS**. 2010. 58 fls. Monografia (Especialização em Educação Ambiental) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

BEDANTE, Gabriel Navarro. **A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**. 2004. 159 fls. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

COSTA, Daniela V.; TEODÓSIO, Armindo. S. S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: Um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. RAM, São Paulo, v. 12, n. 3, Edição especial, p. 114-145. 2011.

FREUND, J. E.; SIMON, G. A. **Estatística aplicada**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Educação para o consumo ético e sustentável. **REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 16, 2006.

GORNI, Patrícia Monteiro et al. Consciência ambiental e sua influência sobre o comportamento de compra com vistas à preocupação ambiental. **Contextus–Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 14, n. 1, p. 7-31, 2016.

HOHENBERGER, Valquiria; TONIN, Stefania; COSTA, Vânia Medianeira Flores. **Consumo sustentável: comportamento consumidor de alunos de Graduação em Administração**. Amazônia, Organizações e Sustentabilidade, v. 5, n. 2, p. 73-90, 2016.

INSTITUTO AKATU. **Ter mais ou... viver melhor?** São Paulo. Instituto Akatu, 2012. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>>. Acesso em: 01 nov 2018.

INSTITUTO AKATU; INSTITUTO ETHOS. **O consumidor brasileiro e a sustentabilidade: atitudes e comportamentos frente ao consumo consciente, percepções e expectativas sobre a RSE**. Pesquisa 2010. AKATU; ETHOS, 2010. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>>. Acesso em: 02 out 2018.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. O cinismo da reciclagem. **Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania**, v. 2, p. 200-217, 2011.

LIMA, Pedro Henrique de Goés; FERREIRA, Tarciana Cardoso; BEZERRA, Yulianne Maria de Siqueira; FEITOSA, Maria José da Silva; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. Consumo consciente: um estudo com estudantes do curso de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco - Unidade Acadêmica Serra Talhada. **RACEF – Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**. v. 6, n. 2, p. 97-108, 2015.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–Universidade de Santa Catarina, 2012.

MARCOMIN, Fatima Elizabeti; SILVA, Alberto Dias. A Sustentabilidade No Ensino Superior Brasileiro: alguns elementos a partir da prática de educação ambiental na Universidade. **Revista Contrapontos**, v. 9, n. 2, p. 104-117, 2009.

MONDINI, Vanessa Edy Dagnoni et al. Influência dos fatores consciência ambiental e hábitos de consumo sustentável sobre a intenção de compra de produtos ecológicos dos indivíduos. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 2, p. 117-129, 2018.

MOTKE, Francies Diego et al. Valores de consumo para a sustentabilidade: um estudo com os acadêmicos do curso de ciências contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 9, 2016.

OLIVEIRA, Verônica Macário; CORREIA, Suzanne Érica Nóbrega; GOMEZ, Carla Regina Pasa. Escala de consumo sustentável: um estudo comparativo entre alunos e professores da Universidade Federal de Campina Grande-PB. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 3, p. 89, 2014.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos Ebape. br**, v. 3, n. 3, p. 01-12, 2005.

RIBEIRO, Kátia Maria Bruno; DE MIRANDA, Antônio Carlos. Matriz Curricular do Curso de Administração: qual a relevância da temática ambiental na formação do Administrador? **Revista Uniabeu**, v. 4, n. 6, p. 212-231, 2011.

RIBEIRO, J., & VEIGA, R. T. (2011). Proposição de uma escala de consumo sustentável. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, 46(1), 45-60.

RONCHI, Luciana et al. A prática do consumo sustentável entre estudantes universitários/The practice of sustainable consumption among college students. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade (ISSN 2318-3233)**, v. 6, n. 1, p. 118-138, 2016.

SILVA, Minelle E.; CORRÊA, Ana Paula Machado; GÓMEZ, Carla Pasa. Inovando para o consumo sustentável: O desafio na construção de um novo paradigma organizacional. **Revista de Negócios**, v. 17, n. 2, p. 72-90, 2012.

SILVA, Minelle Enéas. Consumo Sustentável: A articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **RECADM**, v. 11, n. 2, p. 217-232, 2012.

SILVA, Minelle Enéas; DE OLIVEIRA, Alice Paz Marques; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 12, n. 2, p. 173-190, 2013.

SUSTENTÁVEL, Consumo. Manual de educação. **Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC**, 2005.

TAMBOSI, Silvana Silva Vieira et al. Proposta de redimensionamento de escalas sobre consumo sustentável consciência ambiental e intenção de compras de produtos ecológicos, a partir da ótica de universitários brasileiros. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, p. 28-41, 2015.

TELOCKEN, Suelen Geíse et al. O consumo consciente entre os alunos de administração de uma Universidade Federal brasileira sob a ótica da educação para a sustentabilidade. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 14, n. 1, p. 100-113, 2017.

TONI, Deonir; LARENTIS, Fabiano; MATTIA, Adilene. Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ecologicamente corretos. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 11, n. 3, 2012.

VENZKE, Claudio Senna; DO NASCIMENTO, Luis Felipe Machado. Caminhos e desafios para a inserção da sustentabilidade socioambiental na formação do administrador brasileiro. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 14, n. 3, 2013.