



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANDERSON FERREIRA DA SILVA

ANÁLISE DO CONSUMO EM GRANDES EMPRESAS E QUAIS FORAM OS
IMPACTOS ECONÔMICOS E AMBIENTAIS DOS ÚLTIMOS 7 ANOS

ANGICAL DO PIAUÍ
2022

ANDERSON FERREIRA DA SILVA

ANÁLISE DO CONSUMO EM GRANDES EMPRESAS E QUAIS FORAM OS IMPACTOS
ECONÔMICOS E AMBIENTAIS DOS ÚLTIMOS 7 ANOS

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical.

Orientadora: Prof^a. Esp. Luanna Mariane Pereira Ramos Gil

ANGICAL DO PIAUÍ

2022

ANÁLISE DO CONSUMO EM GRANDES EMPRESAS E QUAIS FORAM OS IMPACTOS ECONÔMICOS E AMBIENTAIS DOS ÚLTIMOS 7 ANOS

Anderson Ferreira da Silva¹
Luanna Mariane Pereira Ramos Gil²

RESUMO

A preocupação com a degradação do meio ambiente hoje em dia vem trazendo um olhar mais direcionado as causas de proteção, tendo como pilar a procura por um equilíbrio entre a Economia, o Consumo Consciente e o Ambiente. Desta maneira, este trabalho tem como tema destacar o Consumo Consciente e os Impactos Econômicos e Ambientais e tem como objetivo conhecer qual a relação que existe entre o Consumo Consciente e os impactos Econômicos e Ambientais. A pesquisa se baseia na revisão bibliográfica, sendo de natureza exploratória, descritiva e qualitativa e por meio disso, contextualizar a relevância que os cuidados com o meio ambiente podem proporcionar para a sociedade e entender os desafios que tal tem para ser colocada em prática, levando em consideração os problemas e/ou as consequências para o planeta terra se alguma ação não for tomada.

Palavras-chave: Meio Ambiente. Consumo Consciente. Economia. Sustentabilidade. Impactos Econômicos.

ABSTRACT

The concern with the degradation of the environment today has brought a more focused look at the causes of protection, having as a pillar the search for a balance between the Economy and Conscious Consumption. Thus, this work has as its main theme the Conscious Consumption and the Economic and Environmental Impacts and aims to know the relationship between Conscious Consumption and the Economic and Environmental impacts. The research is based on a bibliography, being exploratory, descriptive and qualitative in nature review and through this, contextualize the relevance that caring for the environment can provide to society and understand the challenges that this has to be put into practice, taking into account the problems and/or the consequences for Planet Earth if some action is not taken.

Keywords: Environment. Conscious Consumption. Economy. Sustainability. Economic Impacts.

Data de aprovação: 15/06/2022

1 INTRODUÇÃO

¹ Estudante do Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. caang.20181baa03@aluno.ifpi.edu.br.

² Professor Orientador vinculado ao Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. luanna.mariane@ifpi.edu.br.

A preocupação com as questões ambientais começou a ganhar destaque nos anos de 1960 e 1970, quando apareceram as primeiras revoluções ecológicas (Cuperschmid & Tavares, 2001). Apesar disso, foi somente na década dos anos 90 que esse tema do meio ambiente se tornou mais visível, quando ocorreu a concepção da Agenda 21, documento de notável importância que expressa e/ou dita os parâmetros para incrementar o conceito de sustentabilidade. No atual cenário de hoje é perceptível perceber um número considerável de indivíduos com algum tipo de preocupação, com um consumo mais sustentável, até mesmo aqueles que não estão ligados no dia a dia com alguma área ambiental.

De acordo com Cartilha, 2021, mas nós do Instituto Akatu, o consumo consciente é resultado do impacto, e das consequências do consumo na sustentabilidade do meio ambiente, com respeito à qualidade de vida de cada indivíduo, coletiva e na evolução justa da população. Clientes conscientes são pessoas, organizações, entidades sociais ou governos que, por suas atitudes e seus valores, são personagens principais na procura por um mundo novo, através de escolhas conscientes no modo de consumir produtos, serviços e recursos naturais

Muito se tem discutido, nos últimos anos, a consciência sobre o tema das questões ambientais, que vem assumindo destaque entre clientes e produtores. As pessoas estão cada vez mais por dentro do que acontece com o meio ambiente e os impactos negativos causados pelas atividades de produção, e mercadológicas, e por meio disso estão se tornando aos poucos mais disponíveis a se adequar as novas formas de consumo.

Levando em conta essa discussão, citada acima, segundo Balderjahn, Peyer&Paulssen (2013) as empresas vêm procurando encontrar segmentos de clientes que tem consciência ambiental fazendo uso de variáveis demográficas para representar esse perfil, como ano, grupo, estado civil, renda, instrução, quantidade de filhos, status social, entre outros (Islam & Chandrasekaran, 2016).

Por este motivo, o presente trabalho apresentar como tema o “Consumo Consciente e os impactos Econômicos e Ambientais” e como subtema “Análise do Consumo em grandes empresas e quais foram os impactos Econômicos e Ambientais dos últimos 7 anos. O assunto relacionado entre produção limpa e consumo ambientalmente responsável se destaca como o mais avançado campo de discussão, e intervenção na esfera ambiental (Manzini e Vezzoli, 2002). O problema está em encontrar um modo, de como desenvolver formas sustentáveis numa economia mercadológica que faz a seleção de seus produtos e procedimentos, não com finalidade ambiental, mas visando o lucro, ou seja, sendo a outra influenciada pela demanda imposta pelo mercado (Freeman e Soete, 1997 apud Dias e Moura, 2007).

Em vista disso, o trabalho tem como questão de pesquisa, procurar descrever “Qual a relação que existe entre o Consumo Consciente e os impactos econômicos e Ambientais?” Com uma busca por meio de revisão bibliográfica associada com os objetivos específicos, assim, desta maneira, tentar retratar quais são os benefícios do consumo consciente e quais os impactos na economia e as vantagens para o meio ambiente, e além disso, identificar quais as dificuldades para a adoção do consumo Consciente e os impactos na economia e as vantagens para o meio ambiente, como também averiguar quais as desvantagens para a economia e para o meio ambiente sem uma adesão ao consumo consciente.

Este trabalho se justificar por meio da importância que ele assume frente as dificuldades que estão sendo enfrentadas, no que se refere ao meio ambiente, e

por conseguinte observadas pela população, tanto no âmbito nacional como no global, como a degradação do meio ambiente vem afetando a vida das pessoas, sendo deste modo um tema de muita importância para a sociedade.

Diante desta situação, as pesquisas exploraram os desafios enfrentados com relação à adoção do consumo consciente e os impactos econômicos e ambientais, que aquele pode provocar na economia, tanto os positivos como os negativos, e os mecanismos adotados para que as empresas e os consumidores tenham e/ou desenvolvam uma consciência em relação aos produtos que elas consomem. Evidenciando a necessidade de encontrar outras formas de produção ecologicamente sustentáveis a longo prazo, sendo benéfica para ambos os lados, tanto o econômico como o social.

A relevância deste trabalho destacar-se em proporcionar para as pessoas conhecimento a respeito da questão ambiental, e como aquela está precisando urgentemente de boas ações em prol da proteção do meio ambiente e também de uma gestão de produção mais focada na sustentabilidade.

A concepção deste estudo expõe um trabalho de cunho bibliográfico, sendo de natureza exploratória, descritiva e qualitativa, que se baseou no recolhimento de dados sobre o consumo consciente e os impactos econômicos e ambientais procurando evidenciar a condição atual sobre o que se tem de entendimento no momento, acerca do tema abordado, através da coleta de dados, e por conseguinte a discriminação daqueles, por meio dos métodos específicos, definidos e aptos pelo autor, que, segundo Ferreira (2002), tem o objetivo de sustentar os benefícios do fenômeno apurado, com os estudos de autores que escreveram a respeito do tema tratado.

Observando o cenário, é perceptível notar a dificuldade que é estabelecer na sociedade, e nas empresas, uma adequação maior, à uma produção mais sustentável e pelas pessoas a terem mais consciência na hora de consumir algum produto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 MEIO AMBIENTE

A partir da segunda metade do século anterior a humanidade pôde perceber os resultados de um sistema remanescente da Revolução Industrial que, por aspirar somente a produção, focando no crescimento econômico, não teve um cuidado com relação a qualidade do ambiente e a consecutiva saúde da sociedade segundo Potti, Crisla; Estrela, Carina (2017) é uma das problemáticas de grande discussão no que diz respeito ao meio, é a do crescimento sustentável, forma essa de desenvolver a economia, na qual, se deve atentar para as necessidades da atualidade sem prejudicar as gerações porvir.

É interessante ressaltar, o tanto de tempo que essas problemáticas estão entrelaçadas em debates e mais debates, e nada de efetivo ainda foi feito, a respeito deste assunto, deixando evidente que a natureza não suportará a extração de recursos naturais descontroladamente, para satisfazer as necessidades básicas da população do planeta, por muito tempo.

Segundo o Inmetro/Idec (2002) o avanço sustentável não quer dizer, deixar de consumir para resguardar os recursos naturais, o que é preocupante e globalmente irrealizável na comunidade do presente, mas sim modificar práticas e modelos na forma de consumo e produção, para complementar a

indispensabilidade do povo, como casa, ensino, bem-estar e o sustento, maximizando assim os desperdícios e o consumismo exacerbado.

O grande desafio deste tipo de desenvolvimento é a busca do equilíbrio entre a preservação ambiental e a economia de um país. A sustentabilidade existe para garantir melhor qualidade de vida para todas as gerações futuras, combinando interesses ecológicos e sociais, além de oferecer oportunidades de negócios para empresas, que possam melhorar a vida das pessoas e do mundo (Gomes, 2006).

O site significado, (2021) destaca que para a Organização das Nações Unidas “o meio ambiente é o conjunto de elementos físicos, químicos, biológicos e sociais que podem causar efeitos diretos ou indiretos sobre os seres vivos e as atividades humanas”.

No ordenamento judicial do Brasil foi a Lei 6938/81, que se ocupa da Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA), que estabeleceu formulou a conceituação de meio ambiente como sendo o agrupamento de exigências, normas, intervenções e infraestrutura de cunho físico, químico e biológico, que autoriza, abriga e administra a vida em todas as esferas (BRASIL, 1981, p.01). Além do significado exposto pela PNMA, na qual apenas a ISO 14001:2004 teve a ousadia de formular um sentido a despeito do meio ambiente: vizinhança em que uma corporação trabalha, incluindo neste “ar, água, solo, recursos naturais, flora, fauna, seres humanos e suas inter-relações” (Brasil, 2004, p.01).

Migliari (2001, p.40) conceitua o meio ambiente desta maneira:

A respeito do que o senso comum considera, os avanços tecnológicos não foram acompanhados pelo uso mais racional dos recursos naturais apesar disso, uma consciência e preocupação ambiental predominaram em várias organizações do mundo. Essa preocupação com os danos “cotidianos” cumulativos, que poderiam ser substancialmente reduzidos por meio de práticas ecologicamente corretas, difundiu-se rapidamente a partir da década de 1980 em alguns países europeus. Todavia, para muitos outros países e empresas, a proteção ambiental era vista apenas como uma questão marginal, que significava aumento dos custos e despesas relacionadas aos processos produtivos.

2.2 CONSUMO CONSCIENTE

A difusão da produção capitalista, em especial algumas décadas após o término da Segunda grande Guerra, demandou uma construção de mercados novos e direcionados para o conjunto dos consumidores segundo Scharf, Edson *et al* (2017). O consumo, segundo McCracken (2012), é uma demonstração cultural de todos os indivíduos, tanto para mantimento das suas necessidades básicas como para o seu contentamento pessoal e/ou interpretação da sua honradez e da sua autoridade.

Paralelamente a isso McCracken (2012) explana que os consumidores fazem uso dos significados de seus patrimônios de consumo, para construir e manter estilos de vida, através do consumo responsável. O ataque ao consumo, nas atividades de lazer, arte e cultura, acontece de tal forma, que para Featherstone (1995), a dominação do valor de permuta suprimiu a lembrança de valor da utilidade autêntica dos bens. O autor destaca que, os produtos, estão ligados a uma alta na fortuna, por meio de organizações e enganos, muito bem planejado pelas propagandas.

Skarmeas e Leonidou (2013) sustenta que no presente momento acontece uma reação na natureza da supremacia do mercado, sendo sua intenção fazer as coisas ficarem mais interessantes, que os bens e serviços, aos quais dispõem de conceitos que apresentam sinais de originalidade dos indivíduos.

De acordo com o site Infoescola (2021) o consumo consciente ou sustentável engloba a procura por produtos e serviços ecologicamente adequados, a economia dos haveres, a usar os bens até o fim da sua vida útil e o reaproveitamento dos materiais. O consumo descontrolado e coercivo da coletividade, ao decorrer do tempo vem gerando problemas negativos ao meio ambiente. Esse consumo excessivo tem culminado em uma gigantesca, utilização dos recursos naturais, o que pode acarretar na extinção e ausência de tais recursos, levando ao comprometimento do equilíbrio ambiental.

Se baseando no que foi exposto anteriormente, Morsing (2006) destaca que o consumo consciente é o estímulo propulsor da sociedade moderna, que deixar a ganância desmedida para entrar em atividades, que resguarda a cultura individual e a do grupo em comum, sendo o produto um veículo que sustém a sua individualidade. O consumo consciente se conceitua em uma adaptação no hábito do comprador, se precavendo com o ambiente e integrando, ainda aspectos global e eticamente responsáveis no ato de consumir, levando em conta os impactos causados por ele.

Fournier (1998) expressa que o consumo consciente é destacado como um dos modelos de consumo aos quais a aquisição e a utilização de bens e serviços satisfaçam às necessidades do pessoal, e paralelamente à isso que ocorra a diminuição do desgaste ambiental e social, como se o meio ambiente é a integração e a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais, culturais e do trabalho que propiciem o desenvolvimento equilibrado de todas as formas, sem exceções. Logo, não haverá um ambiente sadio quando não se elevar, ao mais alto grau de excelência, a qualidade da integração e da interação desse conjunto.

Ainda, que a povo se disponha de maneira propícia ao desenvolvimento sustentável, esta é uma meta a ser alcançada em longo prazo, sendo essencial, para isso, incorporar transformações na maneira atual de produção e consumo de bens. A procurar por condições sustentáveis é um dever dos fabricantes, bem como dos compradores (Manzini; Vessoli, 2002).

Nesse sentido, um entendimento mais amplo da prática do consumo solicitar, a compreensão da Sociologia, antropologia, psicologia e filosofia (Connolly; Prothero, 2003). As resoluções essenciais para as muitas obrigações ambientais, não se acabam somente nas ações de políticas ambientais e decisões do governo; uma vez que, as organizações também tem que se dispor, em relação as problemáticas ambientais em suas deliberações de mercado, e fazer parte do levante verde, direcionado à conservação ambiental.

Entretanto, o estímulo para aderir a definição de movimento verde em suas transações comerciais, jaz sobre os compradores, na medida que tais atestem um alto grau de conduta ambiental, traduzindo-se em benefício do compromisso de consumo sustentável, apesar de os próprios consumidores contribuírem, também, para a degradação e poluição ambiental (Sharma; Bansal, 2013).

Em Callenbach *et al* (1999) observou-se que houve uma cooperação espontânea, a fim de assegurar a sustentabilidade da vida. Em seguida Morsing (2006) propõe que o consumo consciente é classificado como um ato de compra de bens e serviços, realizado por uma pessoa, que tá contando com o equilíbrio

entre satisfação individual, perspectivas ambientais e impactos sociais de sua ação.

Em contra partida Nair e Ndubisi (2011) expõe que o comprador está por dentro do seu dever, como ator na comunidade, quando optar pelo consumo consciente, por entender que há um grupo de atores sociais comprometidos na aplicabilidade deste significado. Segundo Skarmeas e Leonidou (2013), o consumo consciente não é somente uma ação, mas um estilo de vida direcionado aos deveres sociais e ambientais, como meio de exercer práticas sustentáveis no longo prazo.

2.3 IMPACTOS ECONÔMICOS

A evolução humana se deu de forma devagar em boa parte da história, mas conquistou um tamanho gigantesco no decorrer dos últimos 70 anos, com a rapidez das atividades resultantes da atuação humana, no pós-guerra. Impulsionada pela procura intensa, por ganho na economia capitalista, por causa do petróleo acessível e pelo avanço na tecnologia, e a ampliação da fabricação de bens e serviços, que colaborou para um crescimento significativo no bem-estar de bilhões de indivíduos. A diminuição da miséria e dos índices de pobreza, e a melhora dos indicadores de saúde, educação e bem-estar, por causa desta evolução foram radicais e irrefutáveis.

No entanto, encontram-se vestígios muito nítidos, que essa época de tranquilidade poderia escurecer-se velozmente. O desenvolvimento econômico tem se fundamentado, na utilização intolerável dos recursos finitos, com a diminuição da biodiversidade, no acúmulo de dióxido de carbono no ar e deixando os oceanos mais acidificados, além de ter cooperando para pontes cada vez mais grandes entre ricos e pobres. Com o aperfeiçoamento do sistema da globalização, avistam-se grandes problemas ambientais e sociais, durante o curso da própria história econômica, e também expressar sinais de cansaço do modelo predominante.

Ainda ocorre de forma constante muita intolerância, e falta de informação e distorção organizada, no que diz respeito a natureza, e da seriedade, dos problemas ambientais que o planeta Terra tem e/ou vem lutando no século 21. A inexistência de um olhar assentido sobre os motivadores e os traços da crise proporcionar à eclosão de resultados hipotéticas, ou propicia um ambiente de inércia política que não se incorpora com a proporção ou a seriedade da estagnação ambiental.

Seguindo este raciocínio, Freenam (1996) afirmar que, é fato que a ecologia e a economia se encontram passo a passo mais ligadas, em uma teia de pretextos e resultados, da qual a confusão só começou a ser compreendida há pouco tempo. Por causa disto, encontra-se além do mais, a preocupação que o dano ambiental seja capaz de impossibilitar ou retroceder a evolução econômica (CMMAD, 1991).

No entanto, para Economistas, como Coase (1960), tais contrapõem que é indispensável que o contaminador do meio ambiente pague, isto é, o valor de mercado, mas para isso necessitariam espelhar os custos ambientais. Entretanto, valores comerciais representam alternância de curto e médio prazo, e não têm como, por si mesmos, suportar as despesas sociais de mercadorias e procedimentos, não sendo capaz de espelhar, portanto, alvos à longo prazo como o avanço sustentável. Para Freeman (1996) os impostos e as taxas demandariam, por consequência, ser utilizados para reagrupar os custos comerciais de maneira que se adaptem da melhor forma aos preços sociais de longo prazo.

Evidenciando, deste modo, um impasse no meio social do consumo da atualidade, pois tem ficado uma inconformidade entre proteger o ambiente e/ou desenvolver a economia ou à sociedade. No decorrer dos últimos 400 anos, a raça humana conseguiu alcançar um ininterrupto crescimento, que permitiu ao ser humano, dentre outras vantagens, uma melhora na qualidade de vida (Lomborg, 2002). Em contrapartida, este avanço vem causando, em nível global, uma séria ameaça à qualidade do meio ambiente, criando adversidades como o “aquecimento global, a poluição das águas, o desaparecimento das florestas (World Commission on Environment and Development [WCED], 1987)”.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste presente capítulo será exposto o tipo de método de pesquisa, os procedimentos e os instrumentos aplicados na coleta de dados, para a execução da investigação aqui idealizada.

3.1 MÉTODO DE PESQUISA

A concepção deste estudo expõe um trabalho de cunho bibliográfico, sendo de natureza exploratória, descritiva e qualitativa, que se baseou no recolhimento de dados sobre o consumo consciente e os impactos econômicos e ambientais procurando evidenciar a condição atual sobre o que se tem de entendimento no momento, acerca do tema abordado, através da coleta de dados, e por conseguinte a discriminação daqueles, por meio dos métodos específicos, definidos e aptos pelo autor, que, segundo Ferreira (2002), tem o objetivo de sustentar os benefícios do fenômeno apurado, com os estudos de autores que escreveram a respeito do tema tratado.

Com o intuito satisfazer ao propósito da pesquisa, fez-se necessário uma procurar nas principais plataformas de periódicos, para o levantamento on-line de dados, ao quais foram o banco de dados da Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Google Acadêmico, SciELO, dentre outras fontes relacionadas, fazendo uso das técnicas de filtragem através das palavras chaves “Meio Ambiente”, “Consumo Consciente”, “Economia”, “Sustentabilidade” e “Impactos Econômicos”, no tocante ao período de 2015 à 2022. Depois disso, houve a seleção dos materiais que continha as referidas palavras-chaves para a devida análise de seus conteúdos.

A investigação da literatura é o marco preliminar na concepção de um método de estudo, ou seja, depois da definição de uma temática, é indispensável a execução de uma revisão da literatura, a respeito do tema escolhido. Esse estudo contribui para a seleção de uma ferramenta mais conveniente, desse modo proporciona uma noção dos aspectos e da veracidade do estudo. (LAKATOS E MARCONI, 1995). Evidenciado o valor da pesquisa bibliográfica na construção de um planejamento de exploração, torna-se nítida a relevância de uma pesquisa direcionada para esse primeiro passo (Rauen 1999). Assim deste modo as outras partes do desenvolvimento da investigação apresenta os parâmetros, o estudo bibliográfico também os detém (Rudio, 1998).

Na presente tabela, evidencia-se os 20 estudos utilizados nesta análise e discussão de resultados, aos quais são Artigos, Teses, Monografias e Dissertações sobre o consumo consciente e os impactos econômicos e ambientais, selecionadas por Títulos/Autores/Ano.

Tabela 1 – Pesquisas contribuintes

Títulos	Autor(es)/Ano
1. “Consumo consciente e economia solidária: a obtenção de uma sociedade prática, igualitária e Autossuficiente”	Padrão, Mônica <i>et al</i> (2015)
2. “Um plano de ação para a promoção da sustentabilidade em uma instituição de ensino superior por meio de GREEN CAMPUS um estudo de caso da unidade UNISUL PEDRA BRANCA”	Ribeiro, João (2017)
3. “Comportamento de consumo de produtos com apelo ecológico: um levantamento com os alunos da UFCG/PB”	Chagas, Gabrielle <i>et al</i> (2019)
4. “Impactos ambientais ocasionados pelo desenvolvimento socioeconômico irregular”	Balzer, Emanuelle (2020)
5. “O consumo consciente entre os alunos de administração de uma universidade federal brasileira sob a ótica da educação para a sustentabilidade”	Telocken, Suelen <i>et al</i> (2017)
6. “Práticas de consumo consciente em campanha publicitária de organização competitiva”	Scharf, Edson <i>et al</i> (2017)
7. “Adaptação econômica no segmento de pisos e revestimentos frente ao avanço do consumo consciente”	(Oliveira, André, 2017)
8. “O consumo consciente no contexto do Consumismo Moderno: Algumas reflexões”	Pinto, Rezende; Batinga, Luna (2016)
9. “Indicadores de desenvolvimento municipal sustentável: O estudo de caso do Município de Rio Negrinho”	Silveira, Schirley (2020)
10. Cultura organizacional, recursos humanos e a sustentabilidade: O papel estratégico da gestão de pessoas no Instituto Federal de Santa Catarina–Campus Jaraguá do Sul-Centro	Raulino, Carlos (2020)
11. “Ser sustentável está na moda? O perfil do consumidor jovem carioca no mercado da moda sustentável”	Rezende, Mariana (2020)
12. “Quem é o consumidor sustentável? Uma revisão sistemática da literatura internacional sobre os fatores influenciadores do consumo sustentável”	Silva, Arthur <i>et al</i> (2020)
13. Sustentabilidade e Governança: Evidenciação Ambiental em Empresas Prestadoras de Serviço	Salvador, Sabrina <i>et al</i> (2021)
14. “Sustentabilidade na aquicultura: dimensões social, econômica e ambiental – uma revisão de literatura”	Silva, Wellington <i>et al</i> (2018)
15. “O gerenciamento de resíduos sólidos em aeroportos brasileiros”	Santos, Nikolas (2021)

16. “A relação internacional entre a implementação das leis ambientais no Brasil e os impactos Globais”	Souza, Leopoldo (2021)
17. “Direito tributário ambiental – desenvolvimento sustentável e proteção ambiental por meio dos incentivos fiscais. Análise de caso concreto: incentivos fiscais nas capitais Salvador e Florianópolis”	Ávila, Renan (2019)
18. “Desenvolvimento e organização empresarial sustentável: Responsabilidade legal e o impacto do consumo consciente”	Andrade, Dostoievsky (2017)
19. Consumo consciente: O nível de consciência ecológica dos acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino da Serra Gaúcha	Zimmer, Priscila <i>et al</i> (2019)
20. Reestruturação econômica e sustentabilidade economia e consumo consciente	Thebaldi, Isabela; Souza, Adriano (2017)

Fonte: Dados da pesquisa

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Nesta etapa apresenta-se a análise e consequentemente as resoluções encontradas e também os principais autores que contribuíram para esta investigação e discussão de resultados, citar-se Oliveira, Teixeira (2017); Chagas, Gabrielle *et al* (2019); Ribeiro, João (2017); Balzer, Emanuelle (2020); Telocken, Suelen *et al* (2017); Pinto, Marcelo; Batinga, Georgiana (2016); Oliveira, André (2017); Silveira, Schirley (2020); Raulino, Carlos (2020); Rezende, Mariana (2020); Silva, Arthur *et al* (2020); Salvador, Sabrina *et al* (2021); Silva, Wellington *et al* (2018); Souza, Leopoldo (2021); Santos, Nikolas (2021); Ávila, Renan (2019); Andrade, Dostoievsky (2017).

4.1 ANÁLISE E RESULTADOS OBTIDOS

Baseado no de trabalho Chagas, Gabrielle *et al* (2019) ao qual concluiu que um dos grandes impasses do avanço, na atualidade, é conceber um método que proporcione a relação com a natureza, a produção e o consumo, construindo um padrão econômico autossustentável, possibilitando ao planeta regenerar-se de modo constante, sem precisar abdicar dos bens de consumo (Oliveira *et al*, 2014; Mendes *et al*, 2016).

Foi identificado no artigo de Oliveira, Teixeira (2017) que é indispensável que haja uma orientação mercadológica para a concepção de novos produtos verdes. É irrefutável a condição proveniente dos stakeholders por mercadorias mais limpas e ecologicamente concebíveis, em especial aqueles de utilização habitual, na concepção de Jöhr (1994).

Na análise desta pesquisa, com Chagas, Gabrielle *et al* (2019) observou-se que grande parte das pessoas examinadas detém ciência dos problemas da esfera ambiental que são advindos do processo de escolha, produção, consumo e descarte de produtos usados pela comunidade, aos quais também sabem da importância de se construir uma conexão harmônica no tocante ao homem e a natureza. Entretanto, tal consciência não se traduz efetivamente em atitudes concretas dos investigados, principalmente no componente comportamental. Isto

reforça mais uma vez a lacuna entre consciência ecológica e comportamento de consumo consciente.

Ainda com Chagas, Gabrielle *et al* (2019) tais destacam que é interessante a compreensão de que o consumo consciente não é exclusivamente aquele de elevado valor aquisitivo para produtos com diferenciais de mercado, apresentados por seus atributos e apelações ecológicas e que visam atingir somente os cidadãos de classes socioeconomicamente mais favorecidos. Acha-se que boa parte dos compradores não utilizam produtos com apelações ecológicas e não colocam em prática o consumo consciente, em decurso dos elevados valores exigidos por tais produtos e diante a escassez de informação dos impactos negativos que seus hábitos de consumo podem provocar no meio ambiente e na comunidade.

Na produção de Padrão, Mônica *et al* (2015) destaca-se, que perante à adversidade ambiental, Gomes (2006) afirma que a basilar forma para a resolver é a transformação do entendimento antropocêntrico do mundo. A escassez dos recursos naturais sustém esse parecer, dessa forma, instruir para o consumo é o ponto inicial de partida para a conscientização. E é imprescindível a exigência de alterações na forma de pensar, tendo em consideração as características da comunidade contemporânea e promovendo um olhar total de mundo, coletivo a conduta ética, consciente e solidária (Gomes, 2006).

No artigo de Padrão, Mônica *et al* (2015) a prosperidade econômica e a conservação do meio ambiente são antagônicas. Penna (1999) elucida que o modelo antropocêntrico proporciona que o desenvolvimento econômico seja reputado como uma saída das perturbações, massa àquele necessita e/ou depende da biosfera que é finita. A economia por sua vez não é um sistema fechado, logo o avanço econômico tanto aflige o meio ambiente quanto é por ele afligido, sendo um fragmento de um sistema singular e que se inter-relaciona entre si.

Na pesquisa de Padrão, Mônica *et al* (2015) conclui-se que no decorrer da construção de uma visão diferente de consciência, e direcionada a conservação do planeta é primordial para a educação do consumidor, sendo que grande parcela das problemáticas atuais são efeito dos modelos determinado pela economia de mercado, divulgada através das plataformas de comunicação em massa, decretando um hábito de vida intolerável e impraticável, para a grande maioria. A educação deve transitar em meio a novos conceitos para à aquisição de novas formas de construção, afim de atingir uma sociedade democrática, sustentável, e socialmente justa, participativa, capaz de desempenhar verdadeiramente a reciprocidade, com as gerações atuais e futuras. Constituinte-se, assim a educação, sendo a mais correta via para melhorar a sociedade (Gomes, 2006).

Para Padrão, Mônica *et al* (2015) cabe enfatizar que a conduta do consumidor em meio ao mercado, pode gerar reflexos negativos e/ou positivos na economia, no meio ambiente, na conduta das organizações. Com esse grande poder o consumidor tem a obrigação de fazer uso, daquele não somente em proveito próprio, mas para o de toda a sociedade, e isso só será alcançado por meio da criação de uma nova consciência, erguida, mediante a educação ambiental (Gomes, 2006).

Conforme Ribeiro, Pereira (2017) ele conclui que a forma de pensar capitalista, está sofrendo uma reformulação. O planeta anela por modificações nos modelos de consumo e produção, para que desta maneira se resguarde de uma catástrofe ainda maior, que transpasse gerações, acometendo os netos e bisnetos

das gerações contemporâneas. Essas gerações não contaram com as mesmas “facilidades” das gerações do presente. Estarão fadadas a conviver em um mundo adverso, sendo mínimas as perspectivas e as escolhas de vida. Tendo escassez de recursos de suma importância para a manutenção da vida, e por conseguinte disputado de maneira primária pelo ser humano.

Ainda, de acordo Ribeiro, Pereira (2017) em suas considerações, mesmo que o momento atual esteja vivenciando o ápice dos debates a respeito das alterações climáticas, tal assunto é debatido há cerca de 50 anos por diversos pesquisadores, intelectuais, cientistas. O progresso sustentável entra agora, como objetivo dos países mais responsáveis. Várias discussões, eventos e reuniões são executadas na intenção de desenvolver essa concepção nova, que aparece em meados de 1980. No entanto o resultado que se obtém é a maneira, ou meio para alcançar o desenvolvimento sustentável, entendido como sustentabilidade. Resumindo, o desenvolvimento sustentável é o alvo, ao passo que a sustentabilidade é o meio para que o homem alcance a essas metas.

Para Telocken, Suelen *et al* (2017) em sua pesquisa, evidencia-se que o crescimento econômico pode gerar riqueza e fartura, mas também vem consigo os resultados negativos que são: miséria, degradação ambiental, poluição, dentre outros. A ideia do crescimento sustentável é precisamente endireitar o crescimento, a produção, e a exploração (crescimento econômico) com o compromisso, junto aos recursos naturais, tendo em vista à qualidade de vida da geração atual e das gerações porvir (avanço sustentável) (Silva, 2006).

Na investigação de Pinto, Rezende; Batinga, Luna (2016) eles afirmam em sua conclusão, que levar em consideração que variações de condutas de consumo têm ramificações históricas, culturais e sociais muito extensas, são descomplicadas é, em síntese, no mínimo, ter um ponto de vista ingênuo com relação a comportamentos ante à preocupação com problemas de sustentabilidade pode transformar o mundo. É sabido que tomar uma posição passiva e sem compromisso com essas causas, não é um caminho certo. É equilibrado também levar em consideração, que trazer esses impasses para a mídia é possível que, quem sabe, em um determinado período de longo prazo, obter alguma forma de colaboração para a comunidade.

No trabalho de Thebaldi, Isabela; Souza, Adriano (2017) foi enfatizado em sua análise, que por muito tempo, pressupôs-se que, em prol do aperfeiçoamento e da evolução econômica, alguns sacrifícios seriam aceitáveis: não haveria consequências em fazer uso demasiado da natureza, fabricar bens que tinham como objetivo somente ter o melhor preço e ser competitivo, instigar nos consumidores à demanda de consumo, sujeitar sociedades na procurar de mão de obra mais em conta e, ou seja, ainda corroborar para o aumento da desigualdade social de todo o globo. Entretanto, esse sistema mercadológico uma hora ou outra exporia suas consequências, mas ainda tal demonstra excelente indicador de reversão. No entanto, para isto é imprescindível que sejam providenciadas algumas séries de alterações, que vão desde o campo da economia ao comportamento individual.

Ainda segundo Thebaldi, Isabela; Souza, Adriano (2017) nesse contexto, uma remodelação econômica, é de suma importância, para que ocorra alguma transformação no panorama social, deixando desta maneira, o ser humano de ser considerado somente como um meio econômico e passando a ser tido como objetivo maior. Fajardo (2010). Ainda com Farjado (2010) aquele afirma que a ênfase da procura pela lucratividade máxima necessita ser deslocada, afim de

proporcionar o desenvolvimento da qualidade de vida que será atingida por meio de uma economia colaborativa e solidária. Essa economia se propõe a ter em conta não somente o individualismo dos cidadãos, mas a cooperação e ajuda entre os indivíduos e equipes. Tornando evidente muito mais a partilha da riqueza e da renda do que a intensificação da produção. (Farjado, 2010 p.92).

No estudo de Rezende, Mariana (2020), tal enfatizar que de modo geral, se o capitalismo for tido como um sistema econômico essencial e capaz de captar as críticas a ele transmitidas, como mostra Berlim (2012) sucintamente, é possível entender a transição das opções, frente ao padrão de mercado, em bens de consumo. Ao se refletir sobre o ramo da moda sustentável, percebe-se uma crescente disponibilidade de mercadorias com matérias-primas sustentáveis, ou confeccionados por meio de processos que causam menor impacto socioambiental. Entretanto, por parte do mercado não há, ao menos no momento, algum sistema de governança corporativa que procure revolucionar o método produtivo e consumista. Em outras palavras, se uma pessoa está disposta a ser um consumidor consciente, que “o seja adquirindo nossas mercadorias”.

Esta investigação de Salvador, Sabrina *et al* (2021), apresentou que a gestão ambiental é tida como uma técnica de competição no mercado. Já Souza (2002) confirmar que, fora isso, as organizações procuram a gestão ambiental para aperfeiçoar a imagem do seu empreendimento, seja por imposição dos concorrentes ou então pela ordem legislativa vigente, Naime *et al*, (2011).

Com Zimmer, Priscila *et al* (2019) o desfecho deste estudo apresentou que providenciar a mudança dos hábitos das pessoas é uma ação primordial na luta pelo avanço sustentável. Por esse motivo é fundamental a produção de pesquisas que sejam alinhadas as práticas de consumo consciente, e com base nisso, encontrar resoluções para expandi-lo, deixando-o popular e ampliando seus níveis de prática.

Pode-se observar nesta pesquisa, de Scharf, Edson *et al* (2017) que as mudanças de consciência, produzida pelas empresas da atualidade, como um discurso apropriado à modernidade e aplicado pelos indivíduos, como uma atitude otimista, começam a se tornar mais recorrentes na vida cotidiana. Mesmo que, as empresas possuam como meio de sustento a obtenção de lucro, e portanto, o consumo seja totalmente fundamental para essa atividade, o hábito de vida, com consumo desequilibrado, amparado pela riqueza de bens materiais, interrompeu sua contribuição significativa para o bem-estar pessoal, na comunidade. A cultura de consumo tem implicado em vários fatores, aos quais este bem-estar necessita, tais como, da convivência com os seus e a sociedade, a estabilidade entre as classes do campo profissional e do social, e uma vida espiritual saudável.

Para Silveira, Shirley (2020) o avanço sustentável é um procedimento que engloba um grupamento, em um movimento que usa de forma responsável os recursos naturais e humanos, orientado a conceder que não apenas a presente geração possa participar dos recursos necessários, mas dando também direito, de que as futuras que estão porvir usufruam do acesso aos mesmos recursos naturais disponíveis. Tal como também salvaguarda que este processo não deve abster-se de levar em consideração a melhoria constante na situação de saúde, na diminuição da desigualdade, ingresso em um emprego e riqueza em um sistema ininterrupto e longo, Barreto (2004).

De acordo, com Raulino, Carlos (2020) o educandário só transformar-se-á em instrutiva a contar do instante em que, aquela for sustentável em si, e não somente quando damos a falar de sustentabilidade. Pois as pessoas discorrem a

respeito disso, acerca daquilo, com relação a separação do lixo, entretanto, praticar sustentabilidade, nenhuma pessoa faz. É necessário que se fale sobre e ao mesmo tempo mostrar, de maneira a oportunizar, não só ouvir, mas entender e aprender a fazer, ou seja, somente a escola não é capaz de ensinar sobre sustentabilidade, se ela mesma não pôr em prática o que está tentando transmitir.

Segundo Scharf, Edson *et al* (2017) é necessário destacar que, a respeito do empenho do diálogo em expor reflexões claramente direcionadas ao consumo consciente, a organização financeira anunciante se confronta com procedimentos deveras invasivos. Ao intentar se equivaler de uma situação contemporânea de reformulação dos valores internos dos indivíduos como assunto da campanha publicitária, terminar praticando uma certa demasia na comunicação. As emoções eventualmente utópicas causadas pela mensagem (de recompensa por alguma coisa não vivenciada ou de facilitação da demonstração de sensações identitárias), são igualmente difundidas pela campanha que recorda sensações positivas intermediadas pelos bens que são utilizados, mas com outros aspectos.

Na análise desta produção, citar-se Salvador, Sabrina *et al*, (2021) é evidente que cada vez mais a comunidade tem exigido, das organizações uma prestação de contas, com o intuito de distinguir aquelas que mais causam prejuízos ou que não agregam valor algum, para à qualidade de vida da sociedade onde estão introduzidas. Por esta razão, não é necessário somente ter apenas produtos e/ou serviços de qualidade. Na atualidade, uma das respostas para o êxito das organizações percorre pelas boas condutas ambientais e sociais (Lima Filho, Bruni, & Gomes, 2013).

Seguindo com os autores Salvador, Sabrina *et al* (2021) percebeu-se, que é interessante salientar que as iniciativas ambientais, devidamente lavradas e publicadas auxiliam para a melhoria do prestígio da empresa, sendo este um grupamento de imagens e de percepções que os públicos interno e externo possui a acerca da empresa. As organizações procuram maximizar sua notoriedade social e, dessa maneira, disputam pela aceitação dos consumidores, investidores, colaboradores, sociedade e até mesmo da concorrência. Uma ótima reputação empresarial agrega um entrave de universo intocável, complexo de ser transpassado, de modo que para ser duradouro e resistente, necessita da aplicação de investimentos no entrosamento com todos os stakeholders (Fombrun, 1996).

Foi evidenciado na pesquisa de Silva, Wellington *et al* (2018) que a, sustentabilidade ambiental tem potencial, para ser aperfeiçoada com a utilização dos respectivos métodos: 1 – ampliação da capacidade da estrutura da Terra, pelo aumento da utilização dos recursos potenciais dos ecossistemas, diminuindo os prejuízos a eles cometidos; 2 – colocar limite no utilização de combustíveis fósseis e de recursos finitos ou ecologicamente prejudiciais, fazendo à troca por recursos renováveis e/ou abundantes e ambientalmente abnóxio; 3 – maximização dos resíduos e da poluição, através da proteção e da reutilização energética e dos recursos; 4 – delineamento do consumo material por países desenvolvidos e por classes sociais com alto privilégio em todo o globo; 5 – impulsionamento de pesquisas de novas técnicas mais limpas e mais eficazes na utilização dos recursos; 6 – designação de normas para a conservação ambiental, que tem o dever de ser seguida pelo preparo corporativo dos responsáveis e pela construção dos mecanismos econômicos, legítimos e administrativos indispensáveis para a salvaguarda a execução das regras (Vicário, 2010).

Na monografia de Santos, Nikolas (2021) tal expõe, que o painel socio

ambiental que descreve as comunidades modernas evidencia o impacto dos seres humanos em cima do meio ambiente, na qual está se transformando, num sistema cada vez mais complicado, tanto em meios quantitativos como também qualitativos. Para o autor, há duas correntes que sustentam o método do avanço sustentável. Em primeiro lugar é aquela, que está relacionada com as correntes econômicas disseminadas a partir dos anos 1970, e em segundo plano está aquela, referente as críticas ambientalistas ao modo de vida vigente, que se disseminou depois da Conferência de Estocolmo em 1972, Jacobi (1999).

Para Oliveira, André (2017) a consciência das instituições face ao obstáculo ambiental vem trazendo especialistas de marketing e universitários que investigam a área para correlacionar questões de senso socioambiental com o avanço da competitividade do mercado, segundo Handelman e Arnold (1999). Essa hipótese desencadeia um novo comportamento na noção do marketing moderno, no tocante a conduta do consumidor consciente e suas atitudes (Ottman, 1994; Larouche, Bergeron e Guido, 2001; Roberts, 1996; Straughan e Roberts, 1999). Desde o momento que se apresenta no mercado um caminho diferenciado, como por exemplo um produto verde, a venda dessa mercadoria deve ter seu foco na magnetização de possíveis clientes em potencial, colocando-se de maneira a expressar, que há outras opções de consumo e de provisões menos poluentes, baseado em Bennett (1992, p.64).

Nas evidências de Souza, Leopoldo (2021) em conformidade com o que foi tratado, constatou-se, que a competência da defesa ambiental, é da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. As instituições encarregadas da defesa ambiental na esfera federal, aos quais cabe citar: São eles o Conselho do Governo, o CONAMA, o Ministério do Meio Ambiente, o ICMbio e o IBAMA, este em último lugar é incumbido do policiamento e execução da Política Nacional do Meio Ambiente. Além destes órgãos, os estaduais e municipais têm autoridade para efetuar e inspecionar as políticas nacionais em suas funções.

Com o trabalho de Ávila, Renan (2019) observou-se um instrumento de transformação, no que concerne à consciência ambiental do homem, têm-se a Educação Ambiental, aquela tendo o objetivo de introduzir no eixo educativo a conduta social e econômica dos adolescentes, para que aqueles ajam focados em resguarda o meio ambiente, com cortesia e ao mesmo tempo resguardando os recursos naturais e contribuindo de alguma forma, para que seja disseminado às gerações porvir a relevância de assegurar a estabilidade ambiental, para que todos os seres vivos consigam usufruir, de um meio ambiente estável e saudável. O exercício da educação ambiental precisa ser incentivado pelos órgãos públicos, com a finalidade de englobar a cadeia de programas básicos a serem aplicados aos adolescentes em seu percurso de aprendizagem.

Para Andrade, Dostoevsky (2017) a sustentabilidade econômica exige que os métodos de produção desfrutem dos recursos naturais de maneira prudente, e tendo em conta o aspecto quantitativo, os recursos naturais com o intuito de sustentar uma produtividade que satisfaça as exigências expressadas pelo consumismo. Dissemina-se uma nova visão esférica de produção, em que a reiteração e o reaproveitamento de materiais com a menor perda possível. É interessante frisar que boa parcela dos haveres que estão hoje disponíveis aos compradores, estão fadados a entrar em esgotamento num futuro bem próximo, precisamente por falta de haveres que suporte fornecer matéria-prima para sua concepção.

A seguir, é demonstrado no quadro 1, a personalidade do comprador

sustentável em detrimento dos resultados da revisão de literatura.

Quadro 1-Personalidade do comprador

Os consumidores sustentáveis são pessoas que...

- Dispõem de elevado grau de responsabilidade ou preocupação ambiental;
- Estão atentos ao empenho social das organizações, recompensando as que demonstram compromisso;
- Apresentam como característica notável da Pessoaalidade a extroversão e a agradabilidade;
- Apresentar um elevado nível de simpatia com o ambiente;
- São mais suscetíveis ao sentimento de inveja;
- Têm uma elevada preocupação com o bem-estar do próximo;
- Se preocupam com a eficiência da sua conduta sustentável;
- São ativos no que concerne a política;
- Detém de predominante instrução política da esquerda;
- Se planejam para as compras;
- São receptivos à exibição a mercadorias verdes;
- Não somente são prudentes, como colocam em prática suas condutas, a fim de favorecer ao meio ambiente;
- Moram em localidades ou zonas com altos graus de discrepâncias e/ou problemas ambientais;
- Residem em zonas com elevado índice de urbanização e de ingresso de transporte público;
- Habitam em cidades costumeiramente com elevados níveis de poluição ambiental;
- Residem em localidades ou locais que proporciona o consumo sustentável;
- São mais envolvidos com a religião;
- São agarrados emocionalmente as coisas materiais;
- Sofrem influência de colegas e da família com grande proteção ao consumo sustentável;
- Detém de opinião confiante Aa respeito das mercadorias sustentáveis;
- São presentes nas redes sociais.

Fonte: Adaptado de Silva, Arthur *et al* (2020).

5 CONCLUSÃO

Desde os primórdios dos anos de 1970, o debate sobre sustentabilidade se põe em pauta. No termino do século XX e começo do século XXI, atuações mais contundentes passaram a fazer parte dos interesses políticos, empresariais e sociais, com vista em uma sociedade não somente menos poluidora, mas comprometida com o ser humano. O conjunto da sustentabilidade deixou de levar em consideração unicamente o meio ambiente, mas expandindo sua preocupação também para o âmbito social. Neste rumo, ações para o meio social passou a ser integrada no discurso sustentável. Acreditar que os povos das localidades e sua confecção, a atividade manual, dar qualidade de vida e remunera a preço justo, tratar com respeito compradores, contratados e fornecedores, isso tudo passou a fazer parte da discussão sustentável no século XXI.

É evidente, até agora, que boa parte das organizações não se envolve

efetivamente em projetos ambientais, e nem procuram por ações de autoridades públicas referentes ao tema. Entretanto, quando se refere a obedecer novas regras e/ou acordos implementados, as instituições demonstram ter mais receptividade, o que nos revela a informação que tais se adaptam ligeiramente a novas mudanças.

Deve-se ter em mente que o Brasil é um local favorável à implantação de políticas acerca do consumo consciente, conforme a crescente vontade de empresários em fazer conexões entre a economia e gestão socioambiental, segundo Jöhr (1994). Em análise final, a gerência de normatizações no meio privado e público precisa estar firmada no entremeio retilíneo, na procura de consumo de produtos verdes. Pois, segundo Berle (1992, p. 179) os compradores constituem estímulo principal desse modelo econômico.

Nesse sentido, é inegável o crescimento em massa do grupo de compradores, inquietos com a preservação do meio ambiente, a melhoria da saúde em sociedade e a estabilidade da economia Hawn, Chatterji; Mitchell (2018), que vêm atraindo a atenção das companhias em contexto global e estimulando uma ação mais sustentável Bulut; Çimrin; Doğan (2017), no intuito de obter o maior número de compradores conscientes possível, ou seja, para destaca-se em negócios cada vez mais competitivos (Verreynne *et al*, 2019).

Conclui-se que o consumidor atual é ao mesmo tempo preocupado, e interessado, em participar de questões ligadas ao meio ambiente, mas não se sente totalmente envolvido e nem tem a percepção necessária sobre a forma de como poderia agir. Enquanto não for um consenso universalmente aceito pelos consumidores, que as decisões locais de compra, consumo e descarte têm poder de mudar concepções de produção e devem ter o intuito de melhorar o meio ambiente global, as mudanças significativas esperadas não acontecerão. Nota-se, assim, um conflito perene na sociedade atual entre atingir interesses individuais e coletivos (Varey, 2010).

Com base na investigação dos conteúdos bibliográficos consuma-se que é possível alcançar uma sociedade prática, igualitária e autossuficiente. Para que desfrutemos de um consumo sustentável e congruente, torna-se essencial a pesquisa de concepções diferentes, na qual cabe citar economia solidária, de outros métodos de negócios mais justos que não acometam ao meio ambiente e que procurem, meditando em como a natureza tratada com respeito influencia no cotidiano e também no bem estar da sociedade em geral.

O que podemos resumir, é que de acordo com todas as revisões bibliográficas feitas, o consumo consciente está interligado com a economia, o meio ambiente, e por conseguinte aos impactos econômicos, pois havendo o desequilíbrio e o a exploração desenfreada dos recursos finitos para suprir toda a demanda da sociedade, a economia pode vir a quebrar, ou seja, pode-se dizer que os objetivos específicos e geral foram alcançados, em detrimento deste elo que os uni.

Entretanto, não isentar a necessidade de investigação mais minuciosa e de pesquisas futuras relacionado a temática, procurando desta forma, uma cifra maior de produções acadêmicas, além de um upgrade desse assunto, que é cada vez mais relevante e precisa ser mais valorizado.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Dostoievsky do. **Desenvolvimento e organização empresarial**

sustentável: Responsabilidade legal e o impacto do consumo consciente. Base de Dados de TCCs do Unipê (BDTCC), João Pessoa. Disponível em: <https://bdtcc.unipe.edu.br/wp-content/uploads/2018/12/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Completa-Mestrado.pdf>. Acesso em 8 de maio. 2022.

ANTUNES, Carolina. **Moda e sustentabilidade: um breve estudo de caso da marca Gaia.** Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Florianópolis/SC. Disponível em <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/7763AddThisSharingButtonsSharetoMendeley>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

ÁVILA, Renan do. **Direito tributário ambiental – desenvolvimento sustentável e proteção ambiental por meio dos incentivos fiscais.** Análise de caso concreto: incentivos fiscais nas capitais Salvador e Florianópolis. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Palhoça, 2019. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/6757>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

BALZER, Emanuelle do. **Impactos ambientais ocasionados pelo desenvolvimento socioeconômico irregular.** Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Curitiba, 8-Jun-2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/13495>. Acesso em: 8 de maio de 2022.

BECK, C. G.; PEREIRA, R. C. F. **Preocupação ambiental e consumo consciente: os meus, os seus e os nossos interesses.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 1, n. 2, p. 51-78, 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/39475/preocupacao-ambiental-e-consumo-consciente--os-meus--os-seus-e-os-nossos-interesses/i/pt-br>. Acesso em: 7 de maio. 2022.

CHAGAS, Gabrielle; Oliveira, Verônica; Correia, Suzanne do. **Comportamento de consumo de produtos com apelo ecológico: um levantamento com os alunos da UFCG/PB.** REUNA, Belo Horizonte – MG, Brasil, v.24, n.4, p. 65-83, Out. – Dez. 2019 – ISSN 2179-8834. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/970/0>. Acesso em: 8 maio de 2022.

Krzyszczak, Fábio Roberto, 2021. **As Diferentes Concepções de Meio Ambiente e Suas Visões.** Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.bage.idea.u.com.br/wpcontent/files_mf/9c9c1925f63120720408c5260bb0080d355_1.pdf&ved=2ahUKEwjooCvFxr0AhVLUd4KHWMYApkQFnoECBIQBg&sqi=2&usq=AOvVaw1alyL8tiYcJsDVhMQjtmc. Acesso em: 08, Nov de 2021.

Lando, Felipe. **Método de pesquisa qualitativa: O que é e como fazer?.** Acadêmica pesquisa, 2021. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.academicapesquisa.com.br/amp/m%25C3%25A9todo-qualitativo-como-fazer>. Acesso em: 17, Nov de 2021.

Martine, George e Alves, José Eustáquio Diniz. **Economia, sociedade e meio ambiente no século 21: tripé ou trilema da sustentabilidade?**. Revista Brasileira de Estudos de População [online]. 2015, v. 32, n. 3, p. 433-460. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-3098201500000027>. Epub 13 Nov. Acessado 5 Novembro 2021.

MEIO AMBIENTE. **Significados, 2021**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/meio-ambiente/>. Acesso em: 20, Nov de 2021.

OLIVEIRA, André A. Teixeira do. **Adaptação econômica no segmento de pisos e revestimentos frente ao avanço do consumo consciente**. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Palhoça/2017. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/8010>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

Oliveira, Camila. **Consumo Consciente, 2021**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/desenvolvimento-sustentavel/consumo-consciente/>. Acesso em: 03, Nov de 2021.

ORNELLAS, Regina. **Impactos do consumo colaborativo de veículos elétricos na cidade de São Paulo**. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/10661/impactos-do-consumo-colaborativo-de-veiculos-el->. Acesso em: 08, Nov de 2021.

PINTO, M. R.; BATINGA, G. L. **O consumo Consciente no Contexto do Consumismo Moderno: Algumas Reflexões**. GESTÃO.Org – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 14, n. Ed. Espec. 1, p. 30-43, 2016. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/41284/o-consumo-consciente-no-contexto-do-consumismo-moderno--algumas-reflexoes--/i/pt-br>. Acesso em 8 de maio. 2022.

Padrão, Mônica & Souza, Rodrigues & Gomes, Monteiro & Silva, Beatriz & Lucas, Pedro & Ramos, Ferraz & Amélia, Mel & Pereira, Souza & Eduardo-Santos, Anderson. (2015). **CONSUMO CONSCIENTE E ECONOMIA SOLIDÁRIA: A OBTENÇÃO DE UMA SOCIEDADE PRÁTICA, IGUALITÁRIA E AUTOSSUFICIENTE**. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/331574518_CONSUMO_CONSCIENTE_E_ECONOMIA_SOLIDARIA_A_OBTENCAO_DE_UMA_SOCIEDADE_PRATICA_IGUALITARIA_E_AUTOSSUFICIENTE>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

Potti, Crisla Maciel e Estrela, Carina Costa. **Histórico ambiental: desastres ambientais e o despertar de um novo pensamento**. Estudos Avançados [online]. 2017, v. 31, n. 89 [Acessado 5 Novembro 2021], pp. 271-283. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.31890021>. ISSN 1806-9592.

RAULINO, Carlos do. **Cultura organizacional, recursos humanos e a sustentabilidade: O papel estratégico da gestão de pessoas no INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA-CAMPUS JARAGUÁ DO SUL-CENTRO**. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Florianópolis/2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/15127>. Acesso em: 8 de

maio. 2022.

Rejane Madruga, Lúcia, Geíse Telocken, Suelen, Trevisan, Marcelo, Garlet, Valéria, Favarin, Rodrigo. **O CONSUMO CONSCIENTE ENTRE OS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA UNIVERSIDADE FEDERAL BRASILEIRA SOB A ÓTICA DA EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE. GESTÃO E DESENVOLVIMENTO** [em linea]. 2017, 14(1), 100-113[fecha de Consulta 4 de maio de 2022]. ISSN: 1807-5436. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514252953029>.

REZENDE, M. V. B.; DUBEUX, V. J. C. **Ser Sustentável está na Moda? O Perfil do Consumidor Jovem Carioca no Mercado da Moda Sustentável.** International Journal of Business & Marketing, v. 5, n. 1, p. 72-84, 2020. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/58807/ser-sustentavel-esta-na-moda--o-perfil-do-consumidor-jovem-carioca-no-mercado-da-moda-sustentavel-/i/pt-br>. Acesso em: 7 de maio. 2022.

RIBEIRO, João Marcelo do. **Um plano de ação para a promoção da sustentabilidade em uma instituição de ensino superior por meio de GREEN CAMPUS um estudo de caso da unidade UNISUL PEDRA BRANCA.** Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/2909>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

SALVADOR, S. K.; ECKERT, A.; MECCA, M. S.; VARGAS, J. S. **Sustentabilidade e governança: evidencição ambiental em empresas prestadoras de serviço.** Amazônia, Organizações e Sustentabilidade, v. 10, n. 2, p. 32-56, 2021. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/65601/sustentabilidade-e-governanca—evidenciacao-ambiental-em-empresas-prestadoras-de-servico-/i/pt-br>. Acesso em: 3 de jun. 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v10i2.1057>.

SANTOS, Nikolas, 2021 do. **O gerenciamento de resíduos sólidos em aeroportos brasileiros.** Repositório Universitário da Ânima (RUNA). Palhoça, Jun-2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/13444>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

SCHARF, E. R.; FERNANDES, J.; PERFEITO, J.; DAPPER, M. K. **PRÁTICAS DE CONSUMO CONSCIENTE EM CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE ORGANIZAÇÃO COMPETITIVA.** Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo (SP), v. 11, n. 2, p. 73-90, 2017. DOI: 10.24857/rgsa.v11i2.1303. Disponível em: <https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/1303>. Acesso em: 7 jun. 2022.

SILVA, A. W. P. da; EL-AOUAR, W. A.; SEVERO, E. A.; CASTRO, A. B. C. de; SILVA, C. G. C. **Quem é o Consumidor Sustentável? Uma Revisão Sistemática da Literatura Internacional sobre os Fatores Influenciadores do Consumo Sustentável.** Desenvolvimento em Questão, [S. l.], v. 19, n. 54, p. 104-122, 2021. DOI: 10.21527/2237-6453.2021.54.104-122. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/10761>. Acesso em: 3 jun. 2022.

SILVA, Melo, et al. **Sustentabilidade na aquicultura: dimensões social, econômica e ambiental – uma revisão de literatura**. Revista EDUCAmazônia -Educação Sociedade e Meio Ambiente, ano 10, Vol XX, Número 1, Jan-Jun, 2018, Pág.87 –108. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/educamazonia/issue/view/257>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

SILVA, Wellington Luiz Melo, José Cezar Frozzi, Julimar da Silva Fonseca, Aline Lessa de Souza, Jacilma Siqueira Pinho Salvador, Patrício Neto Teles Ribeiro and Milton CC Campos do. **Sustentabilidade na aquicultura: dimensões social, econômica e ambiental – uma revisão de literatura**. Periódicos UFAM. V. 20 n. 1, Jan-Jun (2018): TEMAS LIVRES EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS – 2018-1. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/educamazonia/article/view/4618>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

SILVEIRA, Schirley do. **Indicadores de desenvolvimento municipal sustentável: o estudo de caso do município de Rio Negrinho**. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Florianópolis/2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/2889>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

SOUZA, Leopoldo, 2021 do. **A relação internacional entre a implementação das leis ambientais no Brasil e os impactos Globais**. Repositório Universitário da Ânima (RUNA), Curitiba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/17787>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

TELOCKEN, S. G.; GARLET, V.; FAVARIN, R.; MADRUGA, L. R.; TREVISAN, M. 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, [S. l.], v. 14, n. 1, p. 100–113, 2017. DOI: 10.25112/rgd.v14i1.1124. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1124>. Acesso em: 7 maio. 2022.

TELOCKEN, S. G.; GARLET, V.; FAVARIN, R.; MADRUGA, L. R.; TREVISAN, M. 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, [S. l.], v. 14, n. 1, p. 100–113, 2017. DOI: 10.25112/rgd.v14i1.1124. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1124>. Acesso em: 7 maio. 2022.

THEBALDI, Isabela; Souza, Rocha. **REESTRUTURAÇÃO ECONÔMICA E SUSTENTABILIDADE: ECOECONOMIA E CONSUMO CONSCIENTE**. Revista de Estudos Jurídicos UMA, Contagem, v. 4, n. 1, p. 33– 47, 2017. Disponível em: <http://revistasgraduacao.una.emnuvens.com.br/rej/article/view/59>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

Tódero, Mirele. **Consumo Consciente e Percepção do Consumidor Sobre Ações**

Corporativas Vinculadas ao Conceito De Responsabilidade Social: Um Estudo no Setor da Saúde, 2021. Disponível em:

<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/419>. Acesso em: 12, Nov de 2021.

ZIMMER, P.; CAMARGO, M. E.; PIZZOLI, M. F. F.; ZANANDRÉA, G.; BIZOTTO, B. L. S. **Consumo Consciente: O Nível de Consciência Ecológica dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino da Serra Gaúcha.** Desafio Online, v. 7, n. 2, p. 261-277, 2019. Disponível em:

<http://www.spell.org.br/documentos/ver/54306/consumo-consciente--o-nivel-de-consciencia-ecologica-dos-academicos-do-curso-de-administracao-de-uma-instituicao-de-ensino-da-serra-gaucha-/i/pt-br>. Acesso em: 8 de maio. 2022.

ZIMMER, P.; CAMARGO, M. E.; PIZZOLI, M. F. F.; ZANANDRÉA, G.; BIZOTTO, B. L. S. **Consumo Consciente: O Nível de Consciência Ecológica dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino da Serra Gaúcha.** Desafio Online, v. 7, n. 2, p. 261-277, 2019. Disponível em:

<http://www.spell.org.br/documentos/ver/54306/consumo-consciente--o-nivel-de-consciencia-ecologica-dos-academicos-do-curso-de-administracao-de-uma-instituicao-de-ensino-da-serra-gaucha-/i/pt-br>. Acesso em: 8 de maio. 2022.