



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Carolina Sofia Fonseca Manaia

Consumo Consciente: Um Estudo sobre Comportamentos Sustentáveis

**Dissertação no âmbito do Mestrado em Administração Público-Privada
orientada pela Professora Doutora Maria do Céu Colaço dos Santos e
apresentada à Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra**

Coimbra, julho, 2023

Consumo Consciente: Um Estudo sobre Comportamentos Sustentáveis

Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra no âmbito do 2º ciclo de Estudos em Administração Público-Privada

Autora: Carolina Sofia Fonseca Manaia

Orientadora: Professora Doutora Maria do Céu Colaço Santos

Coimbra, julho, 2023

Agradecimentos

E assim termina mais uma etapa académica que, culmina na concretização do presente trabalho que se demonstrou um verdadeiro desafio nos últimos dois anos. A conciliação pessoal, profissional e académica não teria sido possível sem o apoio dos meus, e por isso, resta-me fazer um agradecimento especial àqueles que foram fundamentais neste percurso.

À minha Orientadora, a Professora Maria do Céu Colaço, que não só demonstrou ser uma professora de excelência durante o período letivo e nas unidades curriculares que lecionou, mas também enquanto orientadora de tese. A disponibilidade e a prontidão que sempre manifestou foram essenciais para concluir a minha jornada, e por isso, muito agradeço pelos conhecimentos transmitidos, pelo cuidado e atenção dedicados, e principalmente pelo encorajamento no decorrer de todas as etapas.

Aos meus familiares, que de uma forma ou de outra contribuíram para a minha formação académica, em especial à minha Mãe, que será sempre o melhor dos colos, pela compreensão, pela paciência e pelo incentivo ao longo de todo este percurso.

Às minha amigas, Luísa, Inês, Ana, Margarida, Bárbara e Rita, que tornam a minha vida muito mais completa com elas ao meu lado, e que foram cruciais na conciliação entre os estudos e os momentos de descanso. Certamente que sem elas teria tido muito menos distrações, mas o percurso não teria sido tão enriquecedor e feliz.

Por fim, não posso deixar de agradecer aos Docentes da Faculdade de Direito que prontamente me disponibilizaram breves momentos das suas aulas para disponibilizar e recolher questionários.

Todos, cada um à sua maneira, foram essenciais para concluir aquele que considero o meu período académico mais exigente.

Resumo

A sustentabilidade e as práticas de consumo consciente são assunto recorrente e urgente de implementar. A necessidade de atuar é cada vez mais premente, e a tolerância à degradação ambiental e às alterações climáticas é cada vez menor. Resta-nos agir dentro das nossas competências e responsabilizarmo-nos por aquilo que está ao nosso alcance. Neste sentido, também a Administração Pública tem um peso e um impacto na forma como entende e implementa estas questões. Logo, estudar a predisposição e a tendência que futuros profissionais na área têm por esta temática parece essencial para compreender o sucesso de um mundo mais ecológico e sustentável.

Para a realização deste trabalho foi aplicado um questionário numa Faculdade de Administração Pública, com a finalidade de compreender de que forma está o consumo consciente enraizado nas práticas/comportamentos dos estudantes, que serão futuramente profissionais da área. Neste sentido, foram analisados possíveis fatores influenciadores do consumo consciente.

Os resultados demonstram que, fatores como a Conscienciosidade, os Valores Sustentáveis e o Clima Psicológico Pró-Ambiental influenciam positivamente o Consumo Consciente. Desta forma, depreende-se que ao promover valores como estes estaremos a contribuir para a formação de jovens focados e preocupados para as questões ambientais.

Palavras-Chave: Sustentabilidade, Conscienciosidade, Valores Sustentáveis e Clima Psicológico Pró-Ambiental

Abstract

Sustainability and thoughtful consumption practices are a recurring and urgent issue to implement. The need to act is increasingly pressing, and tolerance for environmental degradation and climate change is dwindling. It remains for us to act within our competences and to take responsibility for what is within our reach. In this sense, the Public Administration also has a weight and an impact on the way it understands and implements these issues. Therefore, studying the predisposition and the tendency that future professionals in the area have for this theme, seems essential to understand the success of a more ecological and sustainable world.

For the accomplishment of this work a questionnaire was applied in a Faculty of Public Administration in order to understand how the thought consumption is rooted in the practices/behaviors of the students, who will be future professionals in the area. In this sense, possible influencing factors of the thought consumption were analyzed.

The results demonstrate that factors such as Conscientiousness, Sustainable Values and the Pro-Environmental Psychological Climate positively influence Thought Consumption. In this way, it appears that by promoting values such as these we will be contributing to the formation of young people focused and concerned about environmental issues.

Keywords: Sustainability, Conscientiousness, Sustainable Values and Pro-Environmental Psychological Climate

Índice Geral

Agradecimentos.....	I
Resumo.....	II
Abstract.....	III
Siglas e Abreviaturas	VI
Índice de Tabelas	VII
Índice de Figuras.....	VIII
Capítulo I – Introdução.....	1
1.1. Contextualização e Relevância da Temática.....	1
1.2. Objetivos da Pesquisa	4
1.3. Estrutura do Trabalho.....	5
Capítulo II – Revisão da Literatura	6
2.1. Introdução	6
2.2. Organização das Nações Unidas.....	6
2.2.1. Pacto Global das Nações Unidas.....	8
2.2.1.1. Global Compact Network Portugal.....	9
2.2.2. Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.....	10
2.2.2.1. Objetivo 13 da Agenda 2030: Ação Climática.....	11
2.2.3. As iniciativas da ONU pelo Desenvolvimento Sustentável.....	12
2.2.3.1. Convenção das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas.....	13
2.2.3.2. Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas.....	13
2.2.3.3. Organização Meteorológica Mundial	14
2.3. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico	14
2.3.1. Princípio do Poluidor Paga.....	15
2.3.2. Desempenho de Portugal enquanto País-Membro da OCDE.....	16
2.4. União Europeia	16
2.4.1. Acordo Paris	17
2.5. Protocolo Kyoto.....	20
2.6. Conclusão	21
Capítulo III – Caso de Estudo	24
3.1. Introdução	24

3.2. Objetivos do Estudo e Hipóteses de Trabalho	24
3.2.1. Consumo Consciente e a Conscienciosidade	24
3.2.2. Consumo Consciente e os Valores Sustentáveis	26
3.2.3. Consumo Consciente e o Clima Psicológico Pró-Ambiental.....	27
3.2.4. Consumo Consciente e a Orientação para a Aprendizagem	29
3.3. Modelo Conceptual de Investigação.....	30
3.4. Metodologia.....	31
3.4.1. Instrumento de Medida.....	31
3.4.2. Variáveis e Escalas de Medida.....	32
3.4.2.1. Conscienciosidade	32
3.4.2.2. Valores Sustentáveis.....	33
3.4.2.3. Clima Psicológico Pró-Ambiental	34
3.4.2.4. Orientação para a Aprendizagem	35
3.4.2.5. Consumo Consciente	36
3.4.3. Dados da Amostra	37
3.5. Análise Psicométrica do Instrumento de Medida	39
3.5.1. Análise Fatorial	40
3.5.2. Alphas de Cronbach	43
3.6. Especificação do Modelo de Investigação: Resultados e Análise	45
3.6.1. Médias Estatísticas e Desvio Padrão	45
3.6.2. Análise Correlacional	47
3.6.3. Análise da Regressão Linear	50
3.7. Discussão de Resultados.....	52
3.8. Conclusão	57
Capítulo IV – Conclusão	59
4.1. Contribuições do Trabalho	60
4.2. Implicações para a Administração.....	61
4.3. Limitações do Caso de Estudo e Direções para Futuros Trabalhos.....	62
Bibliografia	63
Webgrafia	70
Anexo.....	72

Siglas e Abreviaturas

- CND** – Contribuições Nacionalmente Determinada
- COE** - *Communication on Engagement*
- COP** – *Communication on Progress*
- EFT** - *Enhanced Transparency Framework*
- GCNP** - *Global Compact Network Portugal*
- GHRM** – *Green Human Resources Management*
- IPCC** - *Intergovernmental Panel on Climate Change*
- NDC's** – *Nationally Determined Contributions*
- OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
- ODM** - Objetivos do Desenvolvimento do Milénio
- ODS** - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- OECD** – *Organization for Economic Co-operation and Development*
- OMM** – Organização Meteorológica Mundial
- ONU** - Organização das Nações Unidas
- PIMC** - Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas
- PNUMA** - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
- SDG's** - *Sustainable Development Goals*
- SPSS** - *Statistical Package for the Social Sciences*
- UE** – União Europeia
- UNEP** - *United Nations Environment Programme*
- UNFCCC** - *United Nations Framework Convention on Climate Change*
- UNGP** - *United Nations Global Compact*
- WMO** - *World Meteorological Organization*

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Princípios do Acordo Paris	18
Tabela 2 - Afirmações/Itens da Variável Conscienciosidade	33
Tabela 3 - Afirmações/ Itens da variável Valores Sustentáveis	34
Tabela 4 - Afirmações/ Itens da variável Clima Psicológico Pró-Ambiental.....	35
Tabela 5 - Afirmações/ Itens da variável Orientação para a Aprendizagem	36
Tabela 6 - Afirmações/ Itens da variável Consumo Consciente.....	37
Tabela 7 - Dados da Amostra	38
Tabela 8 - Matriz de Componente da Análise Fatorial.....	41
Tabela 9 - Valores de Referência do KMO	42
Tabela 10 - Valores do KMO das Variáveis Independentes	43
Tabela 11 - Valores de Referência do Alpha de Cronbach	44
Tabela 12 - Valores do Alpha de Cronbach das Variáveis Independentes.....	44
Tabela 13 - Média e Desvio Padrão.....	46
Tabela 14 - Análise Correlacional	48
Tabela 15 - Regressão Linear	51
Tabela 16 - Síntese de Resultados	53

Índice de Figuras

Figura 1 - Modelo Conceptual de Investigação.....	31
Figura 2 - Grau de Correlação do Coeficiente R de Pearson.....	47

Capítulo I – Introdução

Serve este primeiro capítulo para apresentar a contextualização e relevância da pesquisa realizada, os objetivos que se pretendem alcançar com o estudo e a respetiva estrutura do mesmo.

1.1. Contextualização e Relevância da Temática

A vida do planeta e daqueles que nela habitam afeta todas as gerações e as respetivas condições de vivência e sobrevivência, e por isso, seja em contexto pessoal, social ou profissional, a prática de comportamentos de consumo consciente é cada vez menos um apelo e cada vez mais uma necessidade.

A procura por uma vida sustentável e práticas em prol do ambiente está cada vez mais disseminada em tudo o que nos rodeia, seja através das redes sociais, de anúncios televisivos ou qualquer outro meio de comunicação. Hoje, alterar comportamentos é algo muito mais profundo e complexo do que simplesmente sentir-se tentado a consumir produtos biológicos de forma ocasional. Desde a pressão das organizações intergovernamentais, às propostas governativas ou até mesmo através de um simples anúncio publicitário, no sentido de melhorar a coexistência entre a vida humana e a natureza, esta contribuição é essencial para a disseminação e divulgação da importância de hábitos sustentáveis. Neste sentido, analisar as iniciativas das Organizações Não Governamentais e o seu impacto na alteração de comportamentos que reduzam a pegada ecológica, ajuda-nos a compreender a importância da problemática

Patterson et al. (2016), defendem duas premissas: a primeira que os governos e a política são essenciais para compreender, analisar e moldar as mudanças sustentáveis, uma vez que a governação política está intrinsecamente implícita em qualquer esforço que se pretenda fazer a favor de mudanças de comportamento em prol da sustentabilidade; a segunda é que as mudanças sustentáveis são profundamente politizadas, sendo por isso necessário que sejam antes de mais reconhecidas como atos políticos.

Rubel et al. (2021), sugerem que as organizações precisam de estar cientes da importância que as medidas organizacionais têm na produção dos comportamentos desejados, salientando que seria prudente e estrategicamente inteligente utilizar esse conhecimento para promover a proteção ambiental. Ou seja, empresas/organizações que procuram desenvolver práticas e medidas preventivas relativamente à sustentabilidade estão a incutir naturalmente essa preocupação aos seus trabalhadores.

A gestão de recursos sustentáveis de uma empresa/organização é essencial para a compreensão da problemática por parte dos trabalhadores. Segundo Sabroko et al. (2021), a GHRM (*Green Human Resources Management*) ajuda a proporcionar um ambiente no qual os funcionários procurem voluntariamente adotar comportamentos mais sustentáveis. Este tipo de preocupação organizacional é subtil, mas essencial para a disseminação da mensagem, acarretando múltiplos benefícios tanto para a imagem da Organização como para a promoção da preservação do meio ambiente.

Wang et al. (2020), propõem que se estude mais amplamente a aprendizagem sustentável, bem como quais os fatores ou condicionamentos que influenciem a mesma. Ou seja, tendo em conta que a problemática da sustentabilidade está exposta e é regularmente mencionada em sociedade, seria interessante perceber que impacto têm, por exemplo, Organizações Não Governamentais na divulgação e preocupação ambiental.

Neste sentido, são apresentadas propostas/iniciativas no Capítulo II – Revisão da Literatura, por parte de várias Organizações não Governamentais, na ótica de compreender que respostas/soluções/propostas são desenvolvidas por estes organismos.

Numa era cada vez mais consumista, o mote da sustentabilidade, mais concretamente o consumo consciente, tornou-se nos últimos anos uma bandeira política: abraçar o consumo pensado e as práticas amigas do ambiente é reconhecer que as alterações climáticas são reais e que cabe ao ser humano fazer alguma coisa para as atenuar ou retardar.

Para além do desempenho das Organizações Não Governamentais, desenvolvido no Capítulo II e apresentado como resposta à problemática da sustentabilidade e do consumo consciente, procuramos também estudar fatores influenciadores de comportamentos de consumo consciente, mas aqui numa perspetiva de análise comportamental. Ou seja, partindo do pressuposto que a preocupação ambiental tem tomado cada vez mais importância

nas nossas assembleias e propostas governamentais, e que a par dessa preocupação cresce uma geração de jovens mais informada sobre a importância da preservação do ambiente perguntamos: que geração é esta? Isto porque, apesar de toda a divulgação da importância dos nossos atos de consumo, importa referir que o consumismo está cada vez mais facilitado e à nossa disposição, podendo muitas vezes desvirtuar e perturbar a nossa consciência no ato de consumir. Neste sentido, parece pertinente analisar que fatores impactam ou contagiam os jovens a adotar determinados hábitos de consumo.

Na perspectiva de Kvasova (2015), características de personalidade demonstram um papel importante na formação de comportamentos ecológicos, e por isso, alguns traços pessoais podem ser influenciadores de comportamentos de consumo consciente.

A alteração de comportamentos está altamente relacionada com a mudança de atitudes, ou seja, para que exista uma alteração de comportamentos a longo prazo, e não algo que dure um determinado período, é necessário que exista uma mudança de pensamento, caso contrário estaremos sempre em pleno esforço e raciocínio. Por isso, ao reconhecer quais os fatores que determinam/influenciam a prática de consumo consciente, estaremos mais aptos a promovê-los. Sun et al. (2018), destacam a existência de uma relação recíproca entre os traços de personalidade de um indivíduo e a sua intenção de compra enquanto consumidor.

Importa ainda referir que Süle (2012), refere que, jovens adultos que já tenham bem definidos ou seus próprios hábitos e preferências de consumo têm maior resistência a alterar comportamentos.

Ora, esta reflexão tem tanto de benéfico como de prejudicial, se por um lado esses hábitos ou preferências forem ao encontro de um consumo consciente, dificilmente os mesmos serão abalados por uma sociedade consumista; por outro lado, se esses hábitos ou preferências forem ao encontro de um consumo desmesurado, despreocupado e consumista, será igualmente difícil alterar paradigmas de comportamento.

Dito isto, a autora acredita que a análise dos comportamentos de consumo nos jovens é o motivo de maior interesse neste estudo, uma vez que, o impacto dos nossos atos de consumo pode tanto ser desastroso como imprescindível na luta pela preservação do ambiente.

1.2. Objetivos da Pesquisa

O presente estudo pretende analisar comportamentos de consumo sustentáveis na ótica de jovens estudantes. Tendo em conta que o tema da dissertação é o Consumo Consciente, pretendemos analisar de que forma está este conceito enraizado e disciplinado na vida destes futuros profissionais.

Neste sentido, um dos objetivos do estudo recai sobre compreender de que forma está o mundo desperto para esta problemática, e apesar de questões como o aquecimento global ou a redução de produção de plástico serem temáticas cada vez mais investigadas e abordadas, parece-nos de interesse apresentar algumas das várias propostas/iniciativas desenvolvidas e implementadas por Organizações de reconhecimento mundial, direcionadas para a ação climática e para a preservação do meio ambiente. Para isso, no Capítulo II – Revisão da Literatura, apresentamos algumas dessas propostas que representam de certa forma um marco importante nesta mudança de paradigma que é a alteração de comportamentos/atitudes e hábitos em prol do meio ambiente.

O segundo objetivo do estudo prende-se com a parte prática da investigação, que recai na análise de dados de um questionário respondido por alunos da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, sobre práticas de consumo consciente. No Capítulo III – Caso de Estudo, a investigação debruça-se sobre a análise comportamental, procurando compreender a postura destes indivíduos perante a problemática do consumo.

Desta forma, pretende-se analisar se futuros profissionais em Administração Pública e Direito estão informados do quão fundamental é adotar práticas de consumo consciente. O argumento principal para a elaboração desta investigação é perceber se “estão estes jovens estudantes, familiarizados com a importância de um consumo cada vez mais consciente” e “estão ou não estes futuros profissionais cientes do impacto que os seus comportamentos têm ao nível da sustentabilidade organizacional e da degradação ambiental”.

Enquanto tema bastante recorrente em teses de investigação e artigos científicos, procurou-se com esta dissertação abordar o tema do Consumo Consciente de uma perspetiva diferente: através da perspetiva dos comportamentos sustentáveis.

Em suma, o objetivo principal é avaliar um conjunto de fatores que pode influenciar a prática de comportamento de consumo consciente, analisando simultaneamente a importância que as práticas sustentáveis representam num mundo que procura cada vez mais parar a degradação ambiental, preservar o ambiente e melhorar a qualidade de vida humana.

1.3. Estrutura do Trabalho

O presente estudo encontra-se estruturado em quatro capítulos:

- **Capítulo I** – Expõe o contexto do tema, apresenta os objetivos do estudo e a respetiva estrutura que segue;
- **Capítulo II** – Através da revisão da literatura, procura apresentar as iniciativas das organizações de carácter e dimensão mundial para promover um mundo mais sustentável, e entendermos os esforços dedicados a esta problemática. Este capítulo apresenta algumas iniciativas, projetos e políticas desenvolvidas pela ONU, pela OCDE e pela UE, estimulando e encorajando os seus vários países-membros a adotarem e implementarem estas mesmas políticas através dos seus Governos;
- **Capítulo III** – Apresenta a pesquisa empírica, definindo a metodologia utilizada, a caracterização da amostra, o método de investigação e as respetivas hipóteses de trabalho, a análise psicométrica de medidas e a especificação do modelo. Os resultados são discutidos no fim do capítulo;
- **Capítulo IV** – O último capítulo reitera com as conclusões finais, referindo as contribuições da pesquisa realizada e as implicações futuras para a Administração, e por fim, apresenta as limitações do estudo e indica possíveis linhas orientadoras para trabalhos futuros.

Capítulo II – Revisão da Literatura

2.1. Introdução

Telocken et al. (2017), definem o consumo consciente como práticas “relacionadas com a diminuição da poluição, o incentivo à reciclagem e a eliminação do desperdício”.

O consumo consciente reflete uma compreensão ambiental que, por sua vez, se resume à “utilização dos recursos ambientais de forma sustentável” onde “o consumo esteja atrelado ao que se consegue produzir sem prejudicar o ambiente para as gerações futuras”, Mondini et al. (2018, p. 120).

Telocken, et al. (2017) defendem que, o consumo consciente pode ser alcançado através da educação, seja em contexto acadêmico ou em contexto pessoal.

O que se pretende neste capítulo é fazer uma revisão bibliográfica sobre o comportamento sustentável, as suas consequências e respetivas determinantes.

Abordaremos também a importância das medidas e dos planos de sustentabilidade a nível europeu e o impacto que estas medidas têm na mudança de paradigma das gerações atuais e, possivelmente, nas gerações futuras. Assim, iniciamos o capítulo analisando as iniciativas e progressos ao nível da sustentabilidade e do desenvolvimento ambiental da **ONU** (Organização das Nações Unidas), da **OCDE** (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) e da **UE** (União Europeia).

2.2. Organização das Nações Unidas

Fundada em 1945, a ONU foi criada com o objetivo de “tomar medidas sobre as grandes questões relacionadas com a humanidade, como a paz e a segurança, as alterações climáticas, o desenvolvimento sustentável, os direitos humanos, o desarmamento, o terrorismo, a ajuda humanitária e as emergências de saúde, a igualdade de género, a governação, entre muitas outras”, (*United Nations*, 2023).

Sendo que uma das muitas missões da ONU é tornar o mundo um lugar melhor para se viver, onde a igualdade e os direitos de oportunidade são justamente distribuídos, a ONU consagra de tempos a tempos iniciativas e medidas direcionadas para o cumprimento dessa sua missão. É pelo seu papel e pelos seus objetivos, que a ONU é atualmente umas das mais prestigiadas e reconhecidas organizações a nível europeu. O seu papel é essencial para disseminar a importância e a urgência em adotar medidas cada vez mais ecológicas que atuem em conformidade com as necessidades do planeta, (*United Nations*, 2023).

As alterações climáticas estão à vista mais do que nunca, e um problema que até então nos parecia possível de solucionar de forma quotidiana e individual, mostrou-se ser um problema global, que não olha a nações, a etnias ou a géneros. A degradação ambiental é um problema de todos nós e causado por todos nós, é premente que mais do que planos e iniciativas inovadoras, se criem estratégias para remediar os danos causados e recuperar a preservação ambiental. O desenvolvimento sustentável está ao alcance de todos, mas está principalmente ao alcance das grandes corporações, daí a importância dos incentivos organizacionais orientados para a sustentabilidade. A evolução da ciência permite que hoje o desenvolvimento sustentável seja visto como um objetivo palpável e credível dentro das empresas, que traçam muitas vezes, e desde cedo, objetivos ecológicos e metas sustentáveis.

Assim, a sustentabilidade associa-se cada vez mais à investigação, com o propósito de melhorar a qualidade de vida humana, mas também de aperfeiçoar e potencializar esta relação de convivência entre o Homem e a Natureza.

A Organização das Nações Unidas nos seus 78 anos existência promoveu e implementou um conjunto vasto de iniciativas/programas direcionados para o desenvolvimento sustentável, sempre com a premissa de racionar os recursos naturais disponíveis o melhor possível, apostar nos recursos renováveis, aumentar a eficiência energética e tornar o mundo um lugar mais ecológico para se viver, (*United Nations*, 2023).

Neste sentido, iremos de seguida abordar os dois mais recentes planos desenvolvidos pela ONU, que tiveram como grande missão despertar a consciência ambiental e promover o desenvolvimento sustentável.

2.2.1. Pacto Global das Nações Unidas

O Pacto Global das Nações Unidas é a tradução para português da iniciativa original *United Nations Global Compact* (UNGC), uma das primeiras iniciativas do século desenvolvida pela ONU, originada no ano 2000 com a proposta de encorajar as empresas a adotar políticas de responsabilidade social, corporativa e sustentável, (*United Nations Global Compact, 2023*).

Esta iniciativa assenta em 10 princípios que se dividem por 4 categorias, sendo uma delas a **Proteção Ambiental** representada pelos princípios 7, 8 e 9:

- Princípio 7 – “As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais”;
- Princípio 8 – “Realizar iniciativas para promover a responsabilidade ambiental”;
- Princípio 9 – “Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias amigas do ambiente”.

O Pacto Global das Nações Unidas procura apoiar empresas a alinharem as suas estratégias e os seus métodos operacionais a estes princípios, de forma a conseguirem traçar objetivos mais eficazes na procura pelo desenvolvimento sustentável organizacional, (*United Nations Global Compact, 2023*).

Esta iniciativa conta com múltiplos participantes por todo o mundo, organiza-se em 70 redes locais que operacionalizam a melhor estratégia local para a realidade e o contexto de cada país. Os participantes são organizações que operam nas mais variadas áreas e indústrias, e que ao longo dos últimos 20 anos têm demonstrado ser verdadeiros casos de sucesso, através da implementação de práticas responsáveis e do desenvolvimento de soluções inovadoras de combate ao desperdício energético e de recursos naturais, (*United Nations Global Compact, 2023*).

Kell (2012) verificou que, eram mais de 9000 as organizações (públicas e privadas) que se tinham associado a este plano, que funciona como uma espécie de parceria público-privada, dada a diversidade da natureza das empresas que se associam. O autor descreve que o sucesso deste programa se deve aos objetivos fortes e consistentes que desenvolvem o

Pacto Global das Nações Unidas, que conseguem através de um conjunto de objetivos, definir uma iniciativa voluntária sólida que procura agitar a responsabilidade sustentável empresarial a nível mundial.

As empresas participantes demonstram a sua concordância e compromisso através da elaboração do COP (*Communication on Progress*) ou COE (*Communication on Engagement*), um relatório que informa sobre os progressos das medidas que implementam (Rasche, 2009). O modelo de mudança subjacente ao Pacto Global das Nações Unidas baseia-se na ideia das empresas membro agirem de forma transparente, através do diálogo e de projetos de parceria, onde demonstram responsabilidade e fazem a diferença enquanto partilham conhecimento e aprendem umas com as outras.

Resumidamente, esta iniciativa tem sido ao longo dos anos analisada e criticada por muitos, no entanto, Rasche et al. (2013) defendem que, o Pacto Global das Nações Unidas apesar de estar longe de ser perfeito, é uma iniciativa dinâmica que enfrenta variados desafios. Os autores alegam na sua análise que nenhuma iniciativa prospera sem crítica e que a discussão é fundamental para a melhoria.

Neste sentido, por mais que este projeto ainda tenha muito que progredir, é importante valorizar as medidas e o impacto positivo que estas já potencializaram no campo do desenvolvimento sustentável, alinhando as organizações aos objetivos da sustentabilidade.

2.2.1.1. *Global Compact Network Portugal*

A nível nacional, foi desenvolvida a *Global Compact Network Portugal* (GCNP), uma rede portuguesa que reúne os participantes da iniciativa com sede ou operações em Portugal. Ou seja, a GCNP funciona como uma das 70 redes locais que compõem a UNGC, a que qualquer empresa com sede ou funções em Portugal pode recorrer em caso de querer associar-se a este movimento. As redes locais, por sua vez, oferecem uma estratégia mais ambiciosa e apelativa, visto conseguirem potenciar e maximizar de forma mais eficaz o impacto positivo na sociedade, na economia e no ambiente dessa organização, (*Global Compact Network Portugal*, 2023).

2.2.2. Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável

O mais recente projeto da ONU é a Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável, desenvolvida para vigorar durante 15 anos, é uma iniciativa que consagra 17 objetivos que procuram promover o desenvolvimento sustentável ambiental, para além de outros direitos fundamentais, (*United Nations Development Programme, 2023*).

Estes 17 objetivos denominados de Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS), traduzidos da sigla original SDG's (*Sustainable Development Goals*), e aprovados pelos 193 Estados-Membros da ONU foram desenvolvidos no seguimento do sucesso dos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM). Os ODM surgiram na Declaração do Milénio, documento final da Cimeira do Milénio, uma conferência realizada em 2000 pela ONU onde foram aprovados um conjunto de objetivos em prol de um mundo melhor. Os ODM desdobravam-se em 8 objetivos que contemplavam um vasto conjunto de metas que deveriam ser alcançadas até 2015 através do compromisso de cada país, que seria observado e orientado de perto pela Organização.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), integrados na Agenda 2030, são uma oportunidade única para revigorar a agenda internacional na área da investigação para a sustentabilidade, uma vez que, os princípios e as práticas de desenvolvimento sustentável, para além de importantes na perspetiva política, são também fatores catalisadores para o bem-estar das comunidades, das cidades, das regiões e das empresas em todo o mundo (Filho et al. 2017).

Para muitos, a Agenda 2030 é uma das medidas mais ambiciosas e abrangentes, que ultrapassa todos os objetivos anteriormente definidos, bem como todas as tentativas de governação igualmente definidas em anos anteriores. Biermann et al. (2017), alegam que os ODS da Agenda 2030 são das mais intrigantes iniciativas globais na área do desenvolvimento sustentável e da política ambiental, e que este novo tipo de governação por objetivos será fundamental para o sucesso da ambiciosa Agenda 2030.

Cichoski et al. (2022) defendem que, a Agenda 2030 tem como pano de fundo a preservação da vida (social e ambiental) e da paz, de modo consciente, frente aos avanços

técnicos e aos limites de exploração dos recursos naturais e energéticos e das disparidades económicas globais.

O papel da ONU com a Agenda 2030 atua em várias frentes, nomeadamente em contexto nacional, regional e global, encorajando os países membros a implementar com sucesso os objetivos a que se propõem. O incentivo ambicioso pode e deve apoiar-se num planeamento sólido de estratégias nacionais de desenvolvimento sustentável, conforme as necessidades e especificidades de cada país, (*United Nations, 2022*).

2.2.2.1. Objetivo 13 da Agenda 2030: Ação Climática

Importa destacar, dos 17 objetivos propostos pela Agenda 2030 da ONU, o Objetivo 13 a Ação Climática – e a sua importância em prol da preservação ambiental.

O objetivo 13 desdobra-se em 3 metas que procuram: “Reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados com o clima e as catástrofes naturais em todos os países”; “integrar medidas relacionadas com alterações climáticas nas políticas, estratégias e planeamentos nacionais” e “melhorar a educação, aumentar a consciencialização e a capacidade humana e institucional sobre medidas de mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce no que respeita às alterações climáticas”, (*United Nations Development Programme, 2023*).

A implementação e aprovação destas metas comprovam que é de facto impossível impedir as alterações climáticas, o que está ao nosso alcance é retardar a sua chegada e atenuar os danos que vão provocar. Para isto, é necessário consciencializar sobre o impacto que as nossas atitudes têm no meio ambiente e na forma como as nossas ações podem melhorar a nossa qualidade de vida e a do planeta. Essa consciencialização, tal como enunciada na iniciativa Agenda 2030, deve passar pela institucionalização de medidas e práticas de combate à degradação ambiental. As entidades institucionais formam anualmente centenas de jovens que se tornarão futuros profissionais nas mais variadas áreas, sendo por isso essencial que, para além de matérias e conhecimentos também se ensinem valores e princípios direcionados para a preservação do planeta.

O estabelecimento deste objetivo é determinante para que Universidades e Faculdades do mundo inteiro procurem incluir nas suas normas de funcionamento e ensino, práticas mais responsáveis e amigas do ambiente. Esta contribuição é crucial para a formação de jovens, que estarão certamente muito mais conscientes destas condutas e costumes quando ingressarem no mercado de trabalho, ou até quanto tiverem poder e autoridade para debater estas temáticas.

A ligação entre os objetivos orientados para as alterações climáticas e as estruturas de governação mais ecológicas, são uma oportunidade para melhorar o desempenho de cada país membro ao nível do desenvolvimento sustentável.

Todos os objetivos definidos são essenciais para cumprir o objetivo da Agenda 2030: tornar o mundo um lugar mais sustentável. No entanto, os objetivos direcionados para a ação climática parecem ter maior alcance ao nível do desenvolvimento sustentável. Nerini et al. (2019) defendem que, as alterações climáticas têm um impacto em quase todos os aspetos do desenvolvimento sustentável, o que provoca uma necessidade urgente de compreender que ações devem ser tomadas para enfrentar estas mudanças.

2.2.3. As iniciativas da ONU pelo Desenvolvimento Sustentável

Como sabemos o papel da ONU é muito vasto e conta já com largos anos de iniciativas e projetos dedicados à procura de um mundo mais justo, igualitário e onde todos possam viver mais anos e com melhor qualidade de vida.

O Pacto Global das Nações Unidas é um desses projetos, mas não é o único: a Convenção das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas, o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas e a Organização Meteorológica Mundial são igualmente iniciativas que merecem destaque dada a sua pertinência no combate às alterações climáticas e respetivo empenho por desenvolver um mundo mais sustentável, (*Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental, 2023*).

Estas iniciativas foram originalmente movimentos e ideias que se converteram em Organizações de reconhecimento mundial que irei seguidamente explanar, apresentando os seus principais objetivos de forma sucinta.

2.2.3.1. Convenção das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas

A Convenção das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas, também conhecida pela sua sigla original inglesa UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*) é uma conferência internacional encarregue de apoiar e responder às ameaças globais das alterações climáticas, (*United Nation Climate Change, 2023*).

Numa época em que as evidências científicas não tinham o peso e a fundamentação que têm atualmente, a UNFCCC fundada em 1994 e com atualmente 198 países-membros, considerou que as alterações climáticas visíveis já na altura eram mais do que representativas de um problema global que se avizinhava. Esta convenção realiza-se anualmente há quase 30 anos, com o propósito de analisar a intervenção de cada país, e de chegar a um consenso sobre a forma como se poderá reforçar a resposta mundial à ameaça que constituem as alterações climáticas, no contexto do desenvolvimento sustentável, (*United Nation Climate Change, 2023*).

2.2.3.2. Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas

O Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climática (PIMC), originalmente nominado pela língua inglesa por *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) é uma organização criada no âmbito da ONU em 1988, pela iniciativa do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA)¹ - *United Nations Environment Programme* (UNEP) e pela Organização Meteorológica Mundial (OMM) - *World Meteorological Organization* (WMO).

Esta organização é um órgão independente da ONU, que avalia a literatura científica e fornece informações vitais para o processo das mudanças climáticas, através da elaboração de relatórios de avaliação de conhecimentos sobre as alterações climáticas, (*United Nations Climate Change, 2023*).

¹ O PNUMA é um dos vários programas da ONU, fundado em 1972, com o objetivo de atuar como agente catalisador, defensor, educador e facilitador do desenvolvimento sustentável do meio ambiente, (Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental, 2023).

Estes relatórios são redigidos pelos seus vários grupos de trabalho e procuram sintetizar e divulgar conhecimentos recentes e inovadores, analisar as causas, os efeitos e os riscos para o meio ambiente, e também apresentar possíveis sugestões de combate ao problema, (*The Intergovernmental Panel on Climate Change*, 2023).

2.2.3.3. Organização Meteorológica Mundial

A Organização Meteorológica Mundial (OMM), também conhecida como *World Meteorological Organization* (WMO), é uma agência dedicada à cooperação e coordenação internacional de dados sobre a atmosfera na Terra. A WMO, através dos seus vários projetos e missões, atua como agente regulador de comportamentos, e analisa questões de carácter ambiental que procura estudar através de observações científicas, trocas de informações e pesquisas meteorológicas, (*World Meteorological Organization*, 2022).

A OMM desempenha um papel essencial no monitoramento e na previsão de futuras alterações que poderão ocorrer, e na forma como podemos atuar e preparar para as receber.

2.3. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

Fundada em 1961, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), originalmente nomeada pela sigla inglesa OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*), é conhecida internacionalmente pelas ações dedicadas ao progresso económico mundial.

Apesar do conceito inicial que fomentou a criação da OCDE ser o desenvolvimento económico, atualmente a mesma extravasa esse propósito e atua em muitas outras frentes, contando, tal como a ONU, com o contributo de vários países-membros, incluindo Portugal, que se alia ao seu propósito e missão enquanto organização intergovernamental que procura construir e desenvolver políticas que melhorem a qualidade de vida mundial, (*Organisation for Economic Co-operation and Development*, 2023).

O globalizado e diversificado mundo em que vivemos potencia ainda mais a interligação e dependência que atualmente apresentamos uns pelos outros. Os efeitos dos problemas de um país impactam num outro, e podem tomar proporções a escalas muito maiores se não os valorizarmos e aceitarmos como nossos também. Por isso, falar de desenvolvimento económico atualmente, é mais do que estudar a gestão ou as finanças de um governo, é olhar também para as questões sociais e ambientais, e para o impacto que estas têm no desenvolvimento de um país.

Os comportamentos de consumo e os direitos ambientais são por isso um tema cada vez mais presente e reconhecido pelos governos, e o espelho disso são as várias propostas desenvolvidas pela OCDE, na procura pelo desenvolvimento de políticas governamentais que alcancem um mundo mais ecológico. Um dos grandes contributos da OCDE é o seu compromisso na área do clima e do ambiente, através da formulação de políticas ambientais, tendo em vista o desempenho dos países-membros e a troca de informações partilhada entre eles, (*Organisation for Economic Co-operation and Development, 2023*).

São várias as iniciativas desenvolvidas pela OCDE na temática da sustentabilidade e condições climáticas. Nos subcapítulos que se seguem apresentam-se algumas delas.

2.3.1. Princípio do Poluidor Paga

Um dos grandes contributos da OCDE é a política “*Polluter Pays Principle*”, traduzido para a língua portuguesa – Princípio do Poluidor Paga - uma política que defende a taxação de custos por poluição. Introduzido e apresentado pela primeira vez aos países-membros em 1972, este princípio abrange um conjunto de questões como: a poluição e a gestão de recursos, a conservação da biodiversidade, a diminuição das alterações climáticas, e a segurança dos produtos químicos, (*Organisation for Economic Co-operation and Development, 2023*).

Este princípio que até hoje é considerado um marco histórico naquele que é o percurso do desenvolvimento sustentável, foi adotado pelo Conselho da OCDE numa perspetiva de incentivar os países-membros a analisar e reduzir os seus níveis de poluição. Sucintamente esta política declara que se imputem os custos de poluição aos poluidores,

incentivando-os a evitar danos ambientais e responsabilizando-os pela poluição a que dão origem, sendo assim é o poluidor (essencialmente empresas e corporações), e não o contribuinte, a suportar os custos, (Jans e Vedder, 2008, p. 44).

A OCDE defende que esta iniciativa procura estimular “o uso racional e a melhor alocação dos escassos recursos ambientais”, (*Organisation for Economic Co-operation and Development*, 2023).

2.3.2. Desempenho de Portugal enquanto País-Membro da OCDE

Enquanto país-membro da OCDE, Portugal, assim como os restantes países-membros é avaliado segundo os seus níveis de empenho, que por sua vez se refletem na forma como as políticas/iniciativas estão a ser implementadas no seu território.

O relatório da OCDE sobre o desempenho sustentável de Portugal, datado de março do presente ano (2023), relata que através da sua associação a políticas como a do Princípio do Poluidor Paga, Portugal conseguiu antecipar e afastar-se de várias pressões ambientais e económicas entre o período de 2013-2019. Os registos reportam também que Portugal cumpriu os objetivos climáticos para 2020, as emissões de gases com efeito de estufa diminuíram um terço entre 2005-2020, e o seu papel de liderança na ação climática tem sido elogiado por consagrar a neutralidade carbónica na legislação nacional, (*Organisation for Economic Co-operation and Development iLibrary*, 2023).

2.4. União Europeia

Fundada em 1993 pelo Tratado de Maastricht, a União Europeia é atualmente uma organização de reconhecimento internacional com um desempenho essencial na luta pela sustentabilidade e pelos direitos do ambiente. O Tratado, que foi o mote responsável pela origem da UE, foi concebido inicialmente para melhorar a integração política e económica da Europa, mas hoje desenvolve projetos, iniciativas e políticas que vão muito além da progressão económica de um país, (*European Union*, 2023).

O Desenvolvimento Sustentável é um dos princípios fundamentais do Tratado da União Europeia e um objetivo prioritário das políticas internas e externas da União, (*United Nations Climate Change*, 2023). Desde a sua fundação que são inúmeros os investimentos em políticas mais amigas do ambiente, esforçadas por aliciar os países-membros a adotar e a desenvolverem práticas mais rentáveis ambientalmente.

2.4.1. Acordo Paris

O Acordo Paris traduzido do inglês *Paris Agreement*, é um exemplo dessas iniciativas, desenvolvido em 2015 durante uma reunião de conselho da Convenção das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas (anteriormente mencionada), consiste num plano de ação climática criado com o objetivo de travar o aquecimento global através da redução das emissões de gases, (*European Commission*, 2023).

Este plano parece uma proposta realista e coerente, baseada e desenvolvida sobre os seguintes princípios:

Tabela 1 - Princípios do Acordo Paris

Princípio	Designação
Objetivo a Longo Prazo	<ul style="list-style-type: none">Os Governos concordaram deter o aumento da temperatura média global abaixo dos 2°C acima dos níveis pré-industriais e limitar o aquecimento global a 1,5°C.
Contribuições	<ul style="list-style-type: none">Os Países-Membros apresentaram planos/propostas de ação climática para reduzir os efeitos nefastos da poluição.²
Ambição	<ul style="list-style-type: none">Os Governos dos Países-Membros comprometem-se a comunicar os seus planos de ação a cada cinco anos, propondo com este mesmo intervalo de tempo, novas propostas também elas mais ambiciosas.
Transparência	<ul style="list-style-type: none">Os Países-Membros comprometem-se a apresentar e a informar publicamente sobre os desenvolvimentos práticos das suas próprias metas, de forma a demonstrar transparência e supervisão.
Solidariedade	<ul style="list-style-type: none">Os Estados-Membros da UE e outros países comprometidos com a iniciativa, fornecerão financiamento climático de forma a ajudar os países em desenvolvimentos a adotarem o mesmo tipo de metas.

Fonte: Reproduzida de *European Council - Council of the European Union, 2023*

Segundo Falkner (2016), o Acordo de Paris está longe de solucionar todos os problemas climáticos que o mundo enfrenta, no entanto, a sua criação foi um passo inovador no caminho do desenvolvimento sustentável. A procura por práticas de consumo mais ecológicas, através de políticas ambientais ambiciosas encorajaram vários outros países-membros a contribuírem dentro das suas possibilidades. Falkner (2016, p.1125), refere ainda que, o Acordo Paris foi essencial no reconhecimento da problemática do aquecimento global por parte da diplomacia climática internacional.

² Estes Planos/Propostas de ação climática, desenvolvidos pelos Países-Membros não designados de *Nationally Determined Contributions* (NDC's), que traduzindo para língua portuguesa significa Contribuições Nacionalmente Determinadas (CND).

O papel da UE tem sido essencial para o crescimento e expansão do Acordo Paris a outros países, uma vez que todos os Estados-Membros da UE ratificaram e assinaram este projeto. O desempenho e progressão de cada participante é avaliado segundo um relatório periódico a cada 5 anos, desenvolvido por uma Estrutura de Transparência Reforçada, originalmente nominada *Enhanced Transparency Framework* (ETF), e que não é mais do que um levantamento sobre as contribuições e o progresso de cada País-Membro sobre as mitigações das mudanças climáticas, (*European Council - Council of the European Union*, 2023).

Falkner (2016) refere ainda que, esta iniciativa providencia uma abordagem mais realista à problemática das alterações climáticas. Desta forma, depreende-se que apesar de não ser a solução para todas as questões ambientais, o Acordo Paris tornou-se um marco essencial para o acompanhamento não só dos progressos, mas também das dificuldades que cada país enfrenta, permitindo equacionar propostas mais realistas e alusivas às necessidades e possibilidades de cada um.

Apesar de o Acordo Paris não ser uma iniciativa implementada por todos os países, o mesmo não significa que esta não tenha um impacto global. O objetivo da delimitação do 1,5º grau é considerado um marco de referência no que diz respeito às alterações climáticas.

De acordo com Schleussner et al. (2016, p.7), o Acordo Paris veio contribuir para a fixação do limite de 1,5º no que diz respeito às alterações de temperaturas climáticas, tornando-se o limite de referência a considerar.

De forma clara e sucinta, o comprometimento com o Acordo Paris assenta em três obrigações:

- os países-membros devem tomar medidas progressivas e mensuráveis, determinadas a mitigar as alterações climáticas, mas também a adaptar-se às mesmas;
- essas medidas são incentivadas por mudanças nos fluxos financeiros e estão relacionadas com transferências de tecnologia, capacidade de desenvolvimento, educação e outras medidas cooperativas;
- a sua implementação é alcançada por meio de transparência e relatórios, revisão por pares, avaliação periódica, participação pública e mecanismos de conformidade.

Segundo a literatura não existe unanimidade sobre o Acordo Paris, por um lado defende-se que a iniciativa é vaga, de difícil implementação e pouco objetiva, por outro defende-se que é abrangente e inclusiva, uma vez que, não estabelece metas específicas de mitigação ou adaptação às alterações climáticas para cada país, permitindo que cada um contribua com os seus próprios objetivos, de acordo com as suas capacidades, (Segger, 2016, p. 209).

2.5. Protocolo Kyoto

A iniciativa *Kyoto Protocol*, desenvolvida no âmbito do Quadro das Nações Unidas, em muito é comparada ao Acordo Paris.

Protocolo Kyoto, derivado da tradução inglesa *Kyoto Protocol*, é uma iniciativa operacionalizada pela Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas, que procura comprometer os países industrializados a reduzir as emissões de gases de efeitos de estufa. Apesar de adotado em 1997 no Japão, só entrou em vigor em 2005, sendo considerado amplamente como o tratado ambiental mais significativo alguma vez negociado.

A iniciativa Kyoto assentava na base do Princípio das Responsabilidades Comuns mas Diferenciadas, que sucintamente se divide em dois grupos, (Agência Portuguesa do Ambiente, 2021):

- Países Desenvolvidos - os países considerados desenvolvidos desempenhavam as suas contribuições ambientais através de um conjunto de metas/limites definidos pelo Protocolo Kyoto;
- Países em Desenvolvimento – os países considerados em desenvolvimento não viam as suas contribuições ambientais espelhadas num conjunto de metas/limites definidos pelo Protocolo Kyoto, sendo-lhes permitida uma contribuição mais flexível e menos rigorosa através da diminuição das emissões de efeitos de gases de forma voluntária.

Ora, com o distanciamento que hoje nos permite analisar a iniciativa de outra perspetiva, é possível destacar a grande diferença entre o Protocolo Kyoto e o Acordo Paris:

enquanto o primeiro baseou-se na distinção entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, e nas contribuições e objetivos que cada um podia suportar; o segundo desenvolveu inicialmente os objetivos globais que pretendia alcançar, e só depois procurou recrutar países-membros a adotar a sua iniciativa.

Segundo Souza e Courazza (2017, p.64), o Protocolo Kyoto rapidamente se debateu com a relutância dos Estados Unidos que alegaram que, “o Protocolo de Kyoto, (...) constituiria um regime ineficiente e pouco robusto” e que “os mecanismos de mercado, que caracterizaram o Protocolo Kyoto, como o mercado de carbono³, não foram incentivos suficientes para a participação do país”.

Parece que de alguma forma, o Acordo Paris é uma versão melhorada e aprimorada do Protocolo Kyoto, não só porque o objetivo principal é muito similar, mas porque também a implementação de um culmina com o término do outro.

He et al. (2021, p. 28) corroboram que, o Acordo Paris em substituição ao Protocolo Kyoto, procura enviar uma mensagem clara sobre a necessidade de “descarbonizar” a economia e incentivar as empresas a adotarem uma perspectiva de longo prazo, que equilibre a economia e ecologia.

2.6. Conclusão

Neste capítulo foi apresentado um breve resumo sobre o desempenho de várias Organizações de reconhecimento e destaque mundial, relativamente à sustentabilidade. De uma forma geral, o mote de todas as iniciativas/projetos desenvolvidas(os) por estas Organizações, é promover práticas de consumo mais conscientes em conformidade com as necessidades do meio ambiente, apelando a comportamentos mais sustentáveis e benéficos para a coexistência entre a vida humana e a natureza.

³ O Mercado de Carbono é um dos mecanismos do Protocolo Kyoto, consiste na compra de créditos de carbono por países que não conseguiram cumprir as suas metas de redução de emissões de gases de efeito de estufa. Sendo que, quem vende esses créditos são contrariamente os países que cumpriram com as reduções com que se comprometeram.

Neste sentido, denota-se o papel fundamental que Organizações como a Organização das Nações Unidas, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico e a União Europeia, têm no caminho para um mundo mais sustentável. São pela força e convicção destas iniciativas, que temas como a sustentabilidade e o consumo consciente ganham um lugar de destaque nas nossas assembleias e em propostas políticas. A proibição de venda de determinados produtos descartáveis (palhinhas, cotonetes, sacos de plástico, entre outras), são algumas das iniciativas/propostas implementadas em Portugal, com o objetivo de consciencializar e diminuir as taxas por poluição e degradação ambiental.

A sustentabilidade tornou-se um dos temas mais mencionados nos últimos anos, dadas as alterações climáticas que hoje vivemos e que estão cada vez mais presentes na nossa vida e na forma como a vivemos. A revisão da literatura apresenta assim várias iniciativas elaboradas ao longo das últimas décadas, que procuraram combater a celeridade com que as alterações climáticas progridem. É inquestionável o impacto e a responsabilidade que o comportamento humano têm na degradação ambiental, mas é também inegável que só através da alteração desses mesmos comportamentos se podem reparar ou diminuir tais danos.

Através da revisão bibliográfica procuramos apresentar as propostas mais relevantes dos últimos anos, referindo o Pacto Global das Nações Unidas, que é não mais que uma iniciativa que promove políticas de responsabilidade social, corporativa e sustentável, e que procura recrutar empresas que alinhem as suas estratégias de negócio a uma consciencialização ambiental.

Para além do Pacto Global das Nações Unidas, a ONU esforça-se por promover um conjunto de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que considera fundamentais para o impulsionamento e consciencialização das empresas sobre a sustentabilidade e práticas ambientais. Um desses objetivos é o Objetivo 13: Ação Climática - que propõe que as empresas reforcem a sua capacidade de resiliência e adaptação às alterações climáticas, através de mecanismos de gestão e planeamento a longo prazo.

Neste sentido, igualmente a OCDE esforça-se por manter ativo o seu papel no combate às alterações climáticas, através de práticas que procurem alterar comportamentos, tais como a Política do Poluidor Paga, que procura responsabilizar as grandes indústrias empresariais a arcarem com as suas próprias decisões (pouco) ambientais.

A taxaço por incumprimento de metas sustentáveis   uma forma de sensibiliza o, e apesar de serem muitas vezes empresas de grande dimensão a arcarem com esta responsabilidade, o impacto que isso pode gerar a título individual, por parte daqueles que as integram, pode ser significativo visto que, a responsabilidade coletiva   também um reflexo de várias responsabilidades individuais.

Seguindo esta linha de pensamento, o Acordo Paris   uma iniciativa relativamente recente, mas desenvolvida e muito apoiada pela União Europeia, com o objetivo de travar o aquecimento global através da redu o das emissões de gases. *Paris Agreement* foi essencial para a fixa o do limite/grau a não exceder no que diz respeito às altera es do aquecimento global, e conta com a participa o da maioria dos Países-Membros da UE, que demonstram assim o seu interesse e coopera o com a causa.

  importante salientar que a política tem um peso na aprova o e implementa o de iniciativas como estas nos seus próprios Governos. Muitas vezes a decisão política recai sobre as regalias ou vantagens econ micas que a aplica o de projetos como estes podem desenvolver, no entanto, a globaliza o e a responsabilidade social são também preponderantes nestas delibera es.

O sucesso da implementa o de comportamentos de consumo consciente está também ele, relacionado com a aceita o de ideologias e iniciativas de Organiza es como a ONU, OCDE e UE promovem. E, nesse sentido, torna-se importante perceber de que forma o consumo consciente se manifesta nas decisões humanas e que fatores influenciam um comportamento mais pensado e consciente. Assim sendo,   nesta linha que a pesquisa empírica desenvolvida no capítulo seguinte se concentra: na análise dos fatores que influenciam comportamentos de consumo consciente.

Capítulo III – Caso de Estudo

3.1. Introdução

Este terceiro capítulo da investigação dedica-se a um caso de estudo realizado numa Instituição de Ensino Superior, e pretende analisar os comportamentos sustentáveis dos estudantes do 1.º e 2.º ciclo de Estudos em Administração Público-Privada e Direito.

Desta forma, neste capítulo são definidos os objetivos do caso de estudo, bem como a metodologia adotada, a amostra e o modelo de pesquisa. Após verificação das qualidades psicométricas do instrumento de medida, procede-se à análise correlacional e regressão linear, discutindo-se os resultados obtidos.

3.2. Objetivos do Estudo e Hipóteses de Trabalho

O objetivo deste estudo é avaliar o impacto que determinadas características individuais e comportamentos de consumo têm na influencia do consumo consciente, enquanto variável dependente. Para o efeito, verificamos se as **variáveis independentes**: i) conscienciosidade; ii) valores sustentáveis; iii) clima psicológico pró-ambiental e iv) orientação para a aprendizagem, impactam o comportamento de consumo. Ou seja, procura-se compreender de que forma é que estas variáveis influenciam um desempenho comportamental orientado para o consumo consciente.

Posto isto, foram construídas várias hipóteses de trabalho com recurso à bibliografia disponível sobre a temática, com a finalidade de perceber os fatores que influenciam o Consumo Consciente.

3.2.1. Consumo Consciente e a Conscienciosidade

A Conscienciosidade é uma de cinco características que compõem o Modelo *Big Five*, elaborado pelo psicólogo Donald Winslow Fisk em 1949. Este Modelo/Teoria que é

um dos grandes feitos na área da psicologia e que continua a ser estudado e aplicado nos dias de hoje, assenta na construção de 5 características básicas da personalidade: conscienciosidade, extroversão, agradabilidade, neuroticismo e abertura à experiência. Foi desenvolvido com o objetivo de compreender e justificar a forma como as pessoas pensam, sentem e regem as suas atitudes tendo em conta essas 5 características.

Assim, a conscienciosidade mede traços caraterísticos como: o grau de cuidado, atenção e organização de um individuo, bem como a confiabilidade, a perseverança e o peso da responsabilidade que o mesmo considera que as suas ações têm. A conscienciosidade é ainda um característica de personalidade associada ao volume do córtex pré-frontal lateral, que desempenha por sua vez um papel importante no planeamento, no impulso e no controlo das nossas ações, Gerber et al. (2011).

DeVincenzo e Scammon (2015) mencionam que, o princípio fundamental para o estudo do Consumo Consciente é a crença de que, os indivíduos são fundamentais e responsáveis por salvar o planeta dos impactos ambientais negativos causados pela vida humana. Ou seja, está implícita a crença de que, o consumo consciente é influenciado pela conscienciosidade das nossas ações e o impacto que as mesmas têm na forma como nos comportamos.

Süle (2012), corrobora a ideia dos autores anteriormente referidos, afirmando que a conscienciosidade tem um dos papéis mais significativos no comportamento de compra. Justificando que, a primeira fase de um processo de compra recai no reconhecimento e na articulação das necessidades relativas aos produtos e serviços oferecidos, sendo fundamental o individuo conseguir determinar com clareza quais as necessidades mais prementes de satisfazer.

Kvasova (2015) destaca que, a conscienciosidade de um indivíduo tem um papel importante na perceção da importância em adotar comportamentos ecologicamente sustentáveis. Isto porque, estando os níveis de conscienciosidade de uma pessoa relacionados com a autodisciplina, a organização, a perseverança e o propósito das tarefas, é mais fácil para uma pessoa com esta característica, pensar no futuro e no impacto que as suas ações têm.

Sun et al. (2018) corroboram que, o consumo consciente é influenciado pela conscienciosidade que um indivíduo apresenta, uma vez que, a conscienciosidade demonstra maior propensão para reconhecer a seriedade das questões ecológicas, tornando assim mais fácil o interesse pelas preocupações ambientais.

Nesta linha, Hirsh (2010) sinaliza ainda que, indivíduos altamente conscienciosos tendem a cumprir naturalmente comportamentos de consumo consciente. Isto porque, entende-se que indivíduos conscienciosos procuram seguir regras e normas socialmente aceites, como é o caso do consumo consciente, que é uma prática socialmente valorizada.

Considerando a conscienciosidade uma característica individual que nos permitir tomar consciência do impacto das nossas ações, supõem-se que a mesma induz um indivíduo num momento de compra, influenciando-o a adotar um comportamento consciente. Ora, uma vez que consumir de forma consciente é consumir em conformidade com as necessidades de cada um, mas também com as necessidades de todos os que nos rodeiam, tendo em conta o peso que as nossas ações têm num mundo mais ecológico e sustentável, levanta-se a seguinte hipótese:

H1: A Conscienciosidade está relacionada com o Consumo Consciente;

3.2.2. Consumo Consciente e os Valores Sustentáveis

Süle (2012), destaca a importância da educação para o consumo e de como a mesma não deve ser incutida única e exclusivamente nas instituições de ensino. Os valores sustentáveis devem ser promovidos em ambiente educativo, mas também instigados em todas as outras áreas que contribuem para a nossa formação e crescimento.

Varshneya et al. (2017) evidenciam que, a aquisição de valores sustentáveis influencia positivamente a adoção de comportamentos conscientes. Os autores sugerem inclusivamente que a atitude está altamente relacionada com as intenções de compra, ou seja, um indivíduo que rejeita a sua conduta através de princípios sustentáveis está altamente inclinado a adotar comportamentos de consumo consciente.

Al-Ghazali e Afsar (2020) constatam que, os valores sustentáveis de um indivíduo reforçam as suas intenções de adotarem comportamentos ecológicos criativos. Comprovando que os valores sustentáveis individuais se conjugam com os valores sustentáveis organizacionais e que, comportamentos ecológicos adotados em ambiente de trabalho serão mais facilmente recebidos e acolhidos se valores sustentáveis individuais já existirem.

O estudo de Norton et al. (2017) comprova que, indivíduos com maior propensão para valores sustentáveis apresentam uma relação positiva na adoção de comportamentos verdes.

Schlegelmilch et al. (1996) defendem que, a consciência ambiental dos consumidores tem um impacto positivo no comportamento de compra consciente, o que leva a crer que indivíduos que pautem as suas ações através de valores sustentáveis estejam mais predispostos a praticar comportamentos de consumo consciente.

Nesta linha, também Fraj e Martinez (2006) demonstram que, indivíduos envolvidos e preocupados com o meio ambiente manifestam maior preocupação com o compromisso ecológico.

Sugere-se assim que, indivíduos detentores de valores sustentáveis têm comportamentos de consumo consciente:

H2: Os Valores Sustentáveis estão relacionados com o Consumo Consciente;

3.2.3. Consumo Consciente e o Clima Psicológico Pró-Ambiental

Seguindo a linha de pensamento que sugere que os valores sustentáveis podem ser adquiridos ou potenciados de acordo com o ambiente/clima em que os indivíduos se inserem, então pressupõe-se que o clima psicológico pró-ambiental a que os indivíduos estão sujeitos é igualmente influenciador de comportamentos pró-ambientais.

Mateen et al. (2022) comprovam que, um clima psicológico sustentável afeta positivamente o comportamento pró-ambiental dos indivíduos e que, climas orientados para

a valorização de princípios sustentáveis promovem comportamentos igualmente sustentáveis e em prol do ambiente.

Um clima organizacional orientado para a gestão de recursos humanos sustentáveis resulta numa maior consciencialização e partilha de informações entre as pessoas e a sua relação com o ambiente, Sabokro et al. (2021). Em contexto organizacional, as políticas e os procedimentos sustentáveis reforçam a responsabilidade social dos seus trabalhadores e orientam-nos a cumprirem as suas tarefas e compromissos de forma sustentável, Sabokro et al. (2021).

Saeed et al. (2018) confirmam que, um clima psicológico organizacional assente em valores pró-ambientais influencia positivamente os indivíduos a adotarem comportamentos sustentáveis.

Ou seja, depreende-se que apesar dos trabalhadores não terem uma predisposição natural para a prática de comportamentos ecológicos, se esses hábitos forem proporcionados e promovidos em ambiente organizacional, provavelmente essas práticas passarão a ser adotadas em contexto pessoal (em casa, entre amigos e na vida em sociedade).

Nesta linha, Norton et al. (2017), revelam a relação que existe entre o clima psicológico sustentável vivido em contexto profissional e a prática de comportamentos verdes dos respetivos funcionários, na medida em que a existência de um clima psicológico sustentável favorece o desenvolvimento de comportamentos/intenções sustentáveis.

Do mesmo modo, Rubel et al. (2021) referem que, entidades organizacionais verdes compreendem a importância de proporcionar e implementar iniciativas de trabalho sustentáveis aos seus colaboradores, uma vez que, se verifica um efeito positivo e eficaz no desempenho de tarefas sustentáveis.

Dumont et al. (2016) comprovam que, a existência de valores individuais sustentáveis influenciam o clima psicológico ambiental dos indivíduos, influenciando por sua vez, a prática de comportamentos sustentáveis. O que leva a concluir que indivíduos que regem as suas vidas através de valores sustentáveis, quando envolvidos num clima psicológico ecológico apresentam maior propensão para a prática de comportamentos conscientes. Assim, levanta-se a próxima hipótese de trabalho:

H3: O Clima Psicológico Pró-Ambiental está relacionado com o Consumo Consciente;

3.2.4. Consumo Consciente e a Orientação para a Aprendizagem

Vandewalle (1997) refere que, a orientação para objetivos de aprendizagem está associada à crença de que o esforço é a causa do sucesso. Por isso, supõem-se que ao considerar o consumo consciente um objetivo a cumprir, indivíduos com altos níveis de orientação para a aprendizagem estão mais aptos a desempenhar comportamentos de consumo pensado.

Wang et al. (2022) ressaltam que, indivíduos orientados para a aprendizagem sustentável são fortemente influenciados a adotarem tanto comportamentos sustentáveis inovadores como desempenhos sustentáveis.

Nesta linha, Wang et al. (2020) reforçam que, a orientação para a aprendizagem sustentável tem um efeito positivo na exploração de práticas sustentáveis inovadoras. Os autores sugerem que este efeito se deve ao facto da orientação para a aprendizagem se centrar no auto esforço de melhorar os próprios conhecimentos ambientais.

Por fim, Šlogar (2022) confirma que, a orientação para a aprendizagem tem um impacto positivo e direto na capacidade de inovação e no desempenho de sucesso de uma organização. Ora, qualquer empresa minimamente ciente da importância e dos impactos ambientais que as grandes/pequenas/médias corporações têm na consciencialização ambiental se rege por políticas ou normas inovadoras que salvaguardem o mesmo.

Segundo Alerasoul et al. (2021), altos níveis de orientação para a aprendizagem resultam em altos níveis de aprendizagem organizacional. O que leva à suposição de que se considerarmos o consumo consciente uma meta, indivíduos orientados para a aprendizagem apresentarão melhores resultados no cumprimento desse objetivo. O que levanta a última hipótese:

H4: Orientação para a Aprendizagem está relacionada com o Consumo Consciente.

3.3. Modelo Conceptual de Investigação

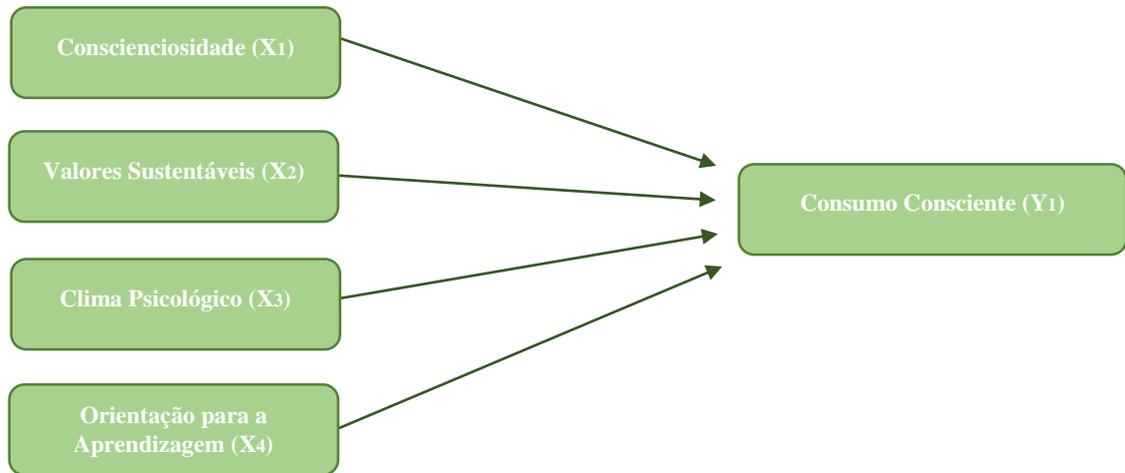
O Consumo Consciente é um conceito que tem vindo a ganhar cada vez mais destaque, dadas as evidentes alterações climáticas que são inegáveis e se alastraram a cada dia, comprovando que os recursos naturais são de facto ilimitados e estão perto de se esgotarem.

Neste seguimento, o Consumo Consciente deixou de ser uma temática leviana e ganhou uma dimensão cada vez maior nas nossas vidas, seja em contexto pessoal, profissional ou social. Tudo o que nos rodeia é plausível de passar uma mensagem, seja através de publicidade, das redes sociais, das entidades empregadoras ou de um simples amigo. Cabemos a nós estar atentos e disponíveis para reconhecer e aprender através dessas fontes de informação.

O Consumo Consciente é muito mais que um conceito moderno, tornou-se um objetivo e uma métrica dentro de muitas organizações, e foi esse o motivo que impulsionou este caso de estudo: compreender de que forma futuros profissionais em Administração e Direito, agora estudantes, compreendem as questões da sustentabilidade e equacionam a importância do consumo consciente.

Dito isto, a proposta do modelo é entender qual a influencia de determinadas características pessoais e individuais na adoção de comportamentos de consumo consciente. Logo, a variável dependente do modelo conceptual proposto é o Consumo Consciente, tal como apresentado na Figura N.º.1:

Figura 1 - Modelo Conceptual de Investigação



Fonte: Elaboração Própria

$$Y \text{ (Consumo Consciente)} = B_1X_1 \text{ (Conscienciosidade)} + B_2 X_2 \text{ (Valores Sustentáveis)} + B_3 X_3 \text{ (Clima Psicológico)} + B_4 X_4 \text{ (Orientação para os Objetivos)} + \mu$$

3.4. Metodologia

O estudo utiliza uma abordagem dedutiva, em que os objetivos e as hipóteses são levantadas através da revisão bibliográfica. Para a recolha de dados foi elaborado um questionário de perguntas fechadas.

Para o tratamento de dados foi usado o Programa SPSS, versão 27 e os dados foram tratados através de uma abordagem quantitativa.

3.4.1. Instrumento de Medida

O questionário foi disponibilizado em formato papel, distribuído pessoal e presencialmente aos inquiridos. O questionário foi dirigido à comunidade estudantil da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra que frequentam o 1º e o 2º ciclo de estudos na área de Administração Público-Privada e de Direito.

O questionário foi elaborado e distribuído presencialmente em sala de aula durante o período letivo de 2021/2022, entre finais de abril e meados de maio. O questionário apresenta 121 questões em que os questionados responderam segundo uma escala *likert* de 7 pontos, onde 1 significava “discordo totalmente” e 7 significava “concordo totalmente”.

Os questionários foram gentilmente direcionados pela Professora Orientadora a outros Docentes da Faculdade de Direito, que solidariamente permitiram interromper as suas aulas para uma breve apresentação da investigação, e disponibilização e recolha dos respetivos questionários aos seus alunos. A célere recolha de dados deveu-se ao método escolhido de apresentação e disponibilização dos questionários, que ocorreu sensivelmente durante 3 a 4 semanas.

Após seleção e recolha de dados, as respostas foram manualmente inseridas para a ferramenta de análise *SPSS Statistics 2020 (version 27)* e submetidas a instrumentos de análise psicométrica do instrumento de verificação de medida para a verificação interna das escalas, ou seja, *Alphas Cronbach* e Análise Fatorial, de forma a permitir a especificação do modelo de investigação, efetuando-se a Análise Correlacional e a Regressão Linear Múltipla.

3.4.2. Variáveis e Escalas de Medida

As variáveis independentes de investigação deste estudo são apresentadas no vigente subcapítulo, assim como as respetivas escalas, que foram retiradas de artigos científicos maioritariamente em língua inglesa e traduzidas para português.

3.4.2.1. Conscienciosidade

A variável Conscienciosidade é um de 5 traços de personalidade que compõem o modelo *Big Five*, desenvolvido originalmente por D.W. Fiske em 1949, com o objetivo de avaliar a personalidade de uma pessoa através da predominância de 5 traços fundamentais num indivíduo (conscienciosidade, agradabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e extroversão).

Neste sentido, a variável Conscienciosidade foi retirada da leitura de Soto e John (2009) e é composta por 5 itens. Compreende-se que uma pessoa consciente das suas ações e decisões é um individuo com maior propensão e sensibilidade para adotar comportamentos de consumo consciente e em prol do ambiente.

A Conscienciosidade é definida por Soto e John (2009) como uma característica que valoriza a organização, a atenção, a confiabilidade, a perseverança e a proatividade de um individuo.

Roberts e Jackson (2008), definem Conscienciosidade como propensão para seguir normas socialmente aceites, gerir e controlar impulsos, orientação para cumprir objetivos, planear e seguir normas e regras.

A tabela seguinte apresenta os itens que medem a variável Conscienciosidade:

Tabela 2 - Afirmações/Itens da Variável Conscienciosidade

Variável	Afirmção/Item
Conscienciosidade	Cons1 - Vejo-me como uma pessoa que tende a ser organizada.
	Cons2 - Vejo-me como uma pessoa que um(a) trabalhador(a) confiável.
	Cons3 - Vejo-me como uma pessoa que tende a ser ativa.
	Cons4 - Vejo-me como uma pessoa que é perseverante até a tarefa estar concluída.
	Cons5 - Vejo-me como uma pessoa que faz planos e segue-os.

Fonte: Retirado da leitura de Soto e John, 2009

3.4.2.2. Valores Sustentáveis

A variável Valores Sustentáveis foi retirada da leitura de Al-Ghazali e Afsar, (2020) e é composta por 5 itens. Inere-se da leitura que, os valores sustentáveis/valores verdes correspondem a comportamentos, crenças e atitudes individuais ou coletivas que procuram preservar e conservar o meio ambiente.

A tabela seguinte apresenta os itens que medem a variável Valores Sustentáveis:

Tabela 3 - Afirmações/ Itens da variável Valores Sustentáveis

Variável	Afirmação/Item
Valores Sustentáveis	VS1 - Sinto-me pessoalmente obrigada(o) a fazer o que puder para prevenir a degradação ambiental.
	VS2 - Sinto-me obrigada(o) a salvar o ambiente da degradação, independentemente do que os outros façam.
	VS3 - Pessoas como eu deviam fazer o que pudessem para proteger o ambiente da degradação.
	VS4 - Sinto-me culpada(o) quando contribuo para a degradação ambiental.
	VS5 - Sinto-me obrigada(o) a ter em conta o ambiente e a natureza nos meus comportamentos diários.

Fonte: Retirado da leitura de Al-Ghazali e Afsar, 2020

3.4.2.3. Clima Psicológico Pró-Ambiental

A variável Clima Psicológico Pró-Ambiental foi retirada da leitura de Saeed et al. (2018), e é constituída por 3 itens. Retira-se da leitura que, o Clima Psicológico Pró-Ambiental consiste na importância psicológica que o ambiente exerce sobre um indivíduo, e na forma como o mesmo se comporta em prol da sua preservação.

O Clima Psicológico Pró-Ambiental é também habitualmente estudado e abordado em contexto organizacional, definindo-se através de práticas sustentáveis e procedimentos ecológicos que procuram minimizar o desperdício de recursos e a rentabilização dos mesmos.

A tabela seguinte apresenta os itens que medem a variável Valores Sustentáveis:

Tabela 4 - Afirmações/ Itens da variável Clima Psicológico Pró-Ambiental

Variável	Afirmação/Item
Clima Psicológico Pró-Ambiental	CPPA1 - Recrutar e apoiar iniciativas verdes e sustentáveis é importante em minha casa.
	CPPA2 - A redução do uso de produtos descartáveis é fundamental.
	CPPA3 - A redução de resíduos e o controlo de materiais nocivos significam muito para mim.

Fonte: Retirado da leitura de Saeed et al., 2018

3.4.2.4. Orientação para a Aprendizagem

A variável Orientação para a Aprendizagem é retirada da leitura de Vandewalle (1997) e é composta por 4 itens. Da leitura conjectura-se que, um individuo orientado para a aprendizagem tem maiores capacidades para desenvolver novas habilidades, dominando novas situações que melhorem as suas competências. Facilitando assim a capacidade de fortalecer e expandir práticas mais sustentáveis e amigas no ambiente.

Harris (1990) menciona no seu estudo que, a orientação para a aprendizagem é uma característica organizacional que potencia que os conhecimentos adquiridos sejam aplicados sistemática e eficazmente, em prol da constante melhoria.

Slater e Narver (1994) realçam que, a orientação para a aprendizagem é também uma característica aberta à partilha de visões e informações, orientada para a inovação, para o desenvolvimento e para a melhoria individual e organizacional.

A tabela seguinte apresenta os itens que medem a variável Orientação para a Aprendizagem:

Tabela 5 - Afirmações/ Itens da variável Orientação para a Aprendizagem

Variável	Afirmação/Item
Orientação Para a Aprendizagem	OPA1 - Costumo ler sobre a minha área de formação de forma a melhorar o meu desempenho académico.
	OPA2 - Muitas vezes procuro oportunidades para desenvolver novas habilidades e conhecimentos.
	OPA3 - Gosto de desafios e de tarefas difíceis em que sei que aprenderei novas skills.
	OPA4 - Para mim, o desenvolvimento da minha capacidade de trabalho é importante o suficiente para assumir riscos.

Fonte: Retirado da leitura de Don Vandewalle, 1997

3.4.2.5. Consumo Consciente

A variável Consumo Consciente foi retirada de Evers et al.(2018) e é constituída por 7 itens. Prevê-se a partir da leitura que, indivíduos que apresentem comportamentos de consumo consciente e moderado têm maior tendência em adotar práticas sustentáveis ao nível da reutilização e do aproveitamento de recursos.

Não se consegue desassociar o conceito de consumo consciente do conceito de consumo, porque “consciente” foi um adjetivo que se agregou ao ato de consumir, de forma a repensar a forma como o ser humano o fazia. Segundo Bauman (2008), o consumo ou o ato de consumir é uma das necessidades mais remotas e inerentes à vida humana, é indispensável à sua sobrevivência. Neste sentido, Silva e Gómez (2010), referem que o consumo consciente se resume a uma perspetiva de consumo, voltada para o individuo e com o objetivo de alcançar a sustentabilidade mundial.

Pinto e Batinga (2016) reforçam no seu estudo que, o consumo consciente está associado à prática de consumir de acordo com os “desafios ambientais e a exaustão dos recursos naturais, causados pela própria dinâmica de sobrevivência do homem”.

A tabela seguinte apresenta os itens que medem a variável Consumo Consciente:

Tabela 6 - Afirmações/ Itens da variável Consumo Consciente

Variável	Afirmação/Item
Consumo Consciente	CP1 - Dar bom uso aos meus recursos faz-me sentir bem.
	CP2 - Acredito em ser cautelosa(o) na forma como gasto o meu dinheiro.
	CP3 - Disciplino-me para tirar o melhor proveito do meu dinheiro.
	CP4 - Há coisas que resisto comprar hoje para poupar amanhã.
	CP5 - Estou disposta(o) a esperar por comprar uma coisa que quero para poupar dinheiro.
	CP6 - Se tratares bem daquilo que tens, vais definitivamente poupar dinheiro a longo prazo.
	CP7 - Se reutilizares itens que tens, não há necessidade de comprares novos.

Fonte: Retirado da leitura de Evers et al., 2018

3.4.3. Dados da Amostra

O questionário foi dirigido a estudantes que frequentam a Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. Foram obtidas 134 respostas das quais se aproveitaram 130 repostas devidamente preenchidas e validadas.

A tabela seguinte demonstra a caracterização da amostra:

Tabela 7 - Dados da Amostra

Caracterização da Amostra			
		Frequência	Porcentagem
Idade	de 18 a 22 anos	115	88,5%
	de 23 a 27 anos	9	6,8%
	de 28 a 32 anos	4	3,1%
	de 33 a 37 anos	0	0%
	de 38 a 42 anos	2	1,6%
	Total	130	100%
	Sexo	Feminino	77
Masculino		53	40,8%
Total		130	100%
Zona de Residência Oficial (NUTS II)	Norte	25	19,2%
	Centro	85	65,4%
	Área Metropolitana de Lisboa	11	8,4%
	Alentejo	0	0%
	Algarve	3	2,3%
	Ilhas	6	4,6%
	Total	130	100%
Ciclo de Estudos	Licenciatura	114	87,7%
	Mestrado	16	12,3%
	Total	130	100%
Área de Estudo	APP	74	56,9%
	Direito	56	43,1%
	Total	130	100%
Ano de Frequência	1º	45	34,6%
	2º	53	40,8%
	3º	28	21,5%
	4º	4	3,1%
	Total	130	100%

Fonte: Elaboração Própria (processado pelo SPSS)

Através da análise da anterior tabela é possível verificar que a **faixa etária** da amostra está compreendida entre os 18 e os 42 anos, tendo a maioria dos inquiridos entre 18 e 22 anos, o que corresponde a um total de 115 pessoas, ou seja 88,5% da amostra.

Quanto ao **género sexual**, a maioria dos inquiridos são do género feminino, mais concretamente 77 indivíduos, ou seja, 59,2% da amostra, e os restantes 53 indivíduos do género masculino, ou seja, 40,8% da amostra.

No que se refere à **zona de residência oficial** a grande maioria reside na zona Centro, mais discriminadamente 85 dos 130 inquiridos, o que corresponde a 65,4% da amostra.

Para efeitos da **ciência de estudo**, a maioria dos questionados estuda Administração Público-Privada, num total de 74 em 130 pessoas, ou seja, 56,9% da amostra, e os restantes 56 estudam Direito, ou seja 43,1% da amostra.

Observa-se ainda, para efeitos do **ciclo de estudo** que, a grande maioria frequenta a Licenciatura, num total de 114 em 130 alunos, o que corresponde a 87,7% da amostra, tendo em conta que os restantes 16 frequentam o Mestrado o que corresponde a 12,3% da amostra.

Quanto ao **ano escolar**, a maioria frequenta o 2º ano ciclo de estudo (de Licenciatura ou de Mestrado) – o que corresponde a 53 indivíduos em 130 alunos, ou seja, 40,8% da amostra; seguindo-se do 1º ano do ciclo de estudos (de Licenciatura ou de Mestrado) – o que corresponde a 45 indivíduos em 130 alunos, ou seja, 34,6%; logo depois o 3º ano do ciclo de estudos foi a opção mais escolhida – o que corresponde a 28 indivíduos dos 130 alunos, ou seja, 21,5% da amostra; terminando com o 4º ano de ciclo de estudos – o que corresponde a 4 indivíduos dos 130 alunos, ou seja, 3,1% da amostra.

Resumindo de uma forma geral, a amostra é maioritariamente do género feminino, entre os 18 e os 22 anos, residente na zona Centro e frequenta o 2º ano da Licenciatura em Administração Público-Privada.

3.5. Análise Psicométrica do Instrumento de Medida

Depois dos dados recolhidos e alojados no SPSS, foi realizada uma análise psicométrica do instrumento de medida, através da análise fatorial e da análise do *alpha de cronbach* que serão seguidamente apresentados.

3.5.1. Análise Fatorial

De uma forma concisa, a análise fatorial fornece ferramentas para avaliar as correlações em um grande número de variáveis, definindo os fatores e as variáveis fortemente relacionadas entre si, (Souza et al., 2017).

Segundo Carvalho (2013), a análise fatorial é medida através da Matriz R que estima o peso das variáveis, atribuindo um valor à sua influencia. Na grande maioria das amostras de estudo, são considerados valores significativos os pesos fatoriais superiores ou iguais a 0.5, por serem responsáveis por pelo menos 25% da variância total.

Neste sentido, a tabela 8 apresenta o resultado da análise fatorial expondo o grau de correlação entre os itens e a variável de medida. Da análise fatorial em questão são apresentados os valores da Conscienciosidade (C), dos Valores Sustentáveis (VS), do Clima Psicológico Pró-Ambiental (CPPA), da Orientação para a Aprendizagem (OPA) e do Consumo Consciente (CC). Sendo que os Valores Sustentáveis (VS) e o Consumo Pensado (CC) são as variáveis com valores mais altos, e por isso considerados mais significativos.

No entanto, importa salvaguardar, que todas as variáveis apresentam valores superiores a 0.5, o que consolida a correlação entre as mesmas.

Tabela 8 - Matriz de Componente da Análise Fatorial

Variáveis	Componente 1	Componente 2	Componente 3	Componente 4	Componente 5
C1	,569				
C2	,661				
C3	,507				
C4	,571				
C5	,605				
VS1		,603			
VS2		,661			
VS3		,658			
VS4		,492			
VS5		,727			
CPPA1			,598		
CPPA2			,623		
CPPA3			,681		
OPA1				,564	
OPA2				,574	
OPA3				,661	
OPA4				,663	
CC1					,737
CC2					,648
CC3					,529
CC4					,562
CC5					,618
CC6					,585
CC7					,645

Legenda: C – Conscienciosidade | VS - Valores Sustentáveis | CPPA - Clima Psicológico Pró-Ambiental | OPA - Orientação para a Aprendizagem | CP - Consumo Consciente

Fonte: Elaboração Própria (Processado pelo SPSS)

Como instrumento de medida temos ainda a estatística de Kaise-Meyer-Olkin, também conhecida pela sigla KMO que, segundo Carvalho (2013, p.26), é “o procedimento mais utilizado para avaliar o grau de adequação dos dados à aplicação da análise fatorial”. A tabela seguinte demonstra as referências que o autor propôs para avaliar a relação entre o valor do KMO e da análise fatorial:

Tabela 9 - Valores de Referência do KMO

Valor do KMO	Referência
]0.9 – 1]	Excelente
]0.8 – 0.9]	Boa
]0.7 – 0.8]	Média
]0.6 – 0.7]	Aceitável
]0.5 – 0.6]	Fraca
≤ 0.5	Inaceitável

Fonte: Reproduzida de Carvalho, 2013

Ou seja, tendo em conta os valores de referência acima descritos, os dados recolhidos da medida de adequação KMO deste estudo são apresentados na seguinte tabela:

Tabela 10 - Valores do KMO das Variáveis Independentes

Variável	KMO
Conscienciosidade	0,74
Valores Sustentáveis	0,86
Clima Psicológico Pró-Ambiental	0,68
Orientação para a Aprendizagem	0,81
Consumo Consciente	0,83

Fonte: Elaboração Própria (Processado pelo SPSS)

Da tabela acima é possível fazer a seguinte análise: as variáveis com melhores valores de KMO, e por isso com melhores valores de adequação, são os Valores Sustentáveis, o Consumo Consciente e a Orientação para a Aprendizagem, posicionando-se no patamar de referência Bom.

Importa referir que as restantes variáveis – Conscienciosidade, Clima Psicológico Pró-Ambiental, apesar de apresentarem valores mais baixos, posicionam-se ambos em patamares aceitáveis. E por isso, nenhuma variável foi considerada com valor fraco ou inaceitável.

3.5.2. Alphas de Cronbach

Freitas e Rodrigues (2005), fazem referência às múltiplas utilidades do *Alpha de Cronbach* como sendo um coeficiente que fornece uma medida razoável de confiabilidade e permite ser aplicada de forma a verificar a consistência interna de um grupo de várias variáveis.

Segundo Freitas e Rodrigues (2005), é possível avaliar os valores do *Alpha de Cronbach* de acordo com as seguintes referências:

Tabela 11 - Valores de Referência do *Alpha de Cronbach*

Confiabilidade	<i>Alpha de Cronbach</i>
Muito Alta	$> 0,9$
Alta] 0,75 – 0,9]
Moderada] 0,60 – 0,75]
Baixa] 0,30 – 0,60]
Muito Baixa	$\leq 0,30$

Fonte: Reproduzida de Freitas e Rodrigues, 2005

Posto isto, foram retirados os valores do *Alpha de Cronbach* da amostra deste estudo, que se apresentam na tabela seguinte:

Tabela 12 - Valores do *Alpha de Cronbach* das Variáveis Independentes

Variável	<i>Alpha de Cronbach</i>
Conscienciosidade	0,83
Valores Sustentáveis	0,88
Clima Psicológico Pró-Ambiental	0,73
Orientação para a Aprendizagem	0,87
Consumo Consciente	0,87

Fonte: Elaboração Própria (Processado pelo SPSS)

Tendo como referências os valores apresentados na Tabela 11, é possível constatar que a variável Valores Sustentáveis é a que mais se destaca com 0,88, o que a posiciona no patamar de alta confiabilidade.

Logo a seguir, as variáveis Orientação para a Aprendizagem e Consumo Consciente apresentam o mesmo valor de 0,87, e a Conscienciosidade com 0,83, igualmente posicionada no patamar de alta confiabilidade.

Por último, o Clima Psicológico Pró-Ambiental posiciona-se no patamar seguidamente a baixo, com 0,83 de confiabilidade moderada.

De salvaguardar que nenhuma das variáveis apresenta valores abaixo de 0,60 e, por isso, nenhuma apresenta baixa ou muito baixa confiabilidade.

3.6. Especificação do Modelo de Investigação: Resultados e Análise

Após a análise psicométrica do instrumento de medida, passamos à análise e especificação do modelo de investigação, que consiste essencialmente em testar e confirmar as hipóteses de trabalho propostas.

Para isto, foi utilizado como modelo de investigação a análise das respostas adquiridas de um questionário construído com base num conjunto de afirmações (variáveis), onde se pretendia que os questionados escolhessem as respostas que mais se adequavam às suas preferências/convicções.

A escolha das respostas está pautada através da Escala de *Likert*, que se estende desde o “Concordo Totalmente” (escala 7) ao “Discordo Totalmente” (escala 1), sendo a escolha intermédia a posição neutra de “Não Concordo nem Discordo” (escala 4).

Deste modo, para a especificação do modelo de investigação efetuou-se a análise correlacional e a regressão linear múltipla que são apresentadas de seguida.

3.6.1. Médias Estatísticas e Desvio Padrão

Meirelles (2014, p.70) sintetiza que, a média é “o valor que aponta para onde mais se concentram os dados de uma dada distribuição de casos” e, portanto, demonstra qual a escala (de 1 a 7) com maior incidência de resposta.

Por sua vez, o desvio padrão corresponde ao “valor que indica a dispersão dos valores observados em relação à média (ou valor esperado)”, ou seja, quando menor for o valor de dispersão menor é diversidade/disparidade de respostas, o que por sua vez torna mais fácil a percepção de um padrão, (Meireles, 2014, p.7).

Posto isto, a tabela seguinte apresenta os respectivos valores da média e do desvio padrão as 5 variáveis.

Tabela 13 - Média e Desvio Padrão

Variável	Média	Desvio Padrão
Conscienciosidade	5,34	1,01592
Valores Sustentáveis	5,70	1,12528
Clima Psicológico Pró-Ambiental	5,62	1,00784
Orientação para a Aprendizagem	5,54	0,95108
Consumo Consciente	5,85	1,02154

Fonte: Elaboração Própria (Processado pelo SPSS)

Tendo em conta a Tabela 13, é imediato constatar que todas as variáveis apresentam uma média de resposta positiva e muito próxima em valores. Todas se posicionam no intervalo 5-6 de Likert enquanto opção de resposta, o que comprova uma média consistentemente positiva.

O Consumo Consciente e os Valores sustentáveis são as variáveis que apresentam a média de resposta mais positiva o que corrobora a ideia que de um indivíduo que rege as suas atitudes com base nos valores sustentáveis e na prática de um consumo consciente, são indivíduos mais bem preparados e sensibilizados a tornarem-se futuros profissionais mais conscientes do ambiente e do impacto que têm nele.

Relativamente ao desvio padrão os valores também não diferem muito de variável para variável, sendo a Orientação para a Aprendizagem a variável que mais se destaca por

apresentar o menor desvio padrão (0,95108), o que demonstra que a tendência de resposta de posiciona mais perto da média. Enquanto que, a variável Valores Sustentáveis apresenta um desvio padrão de 1,12528, e, portanto, é a variável em que o índice de resposta se dispersa mais do valor da média, porém perfeitamente normal e aceitável.

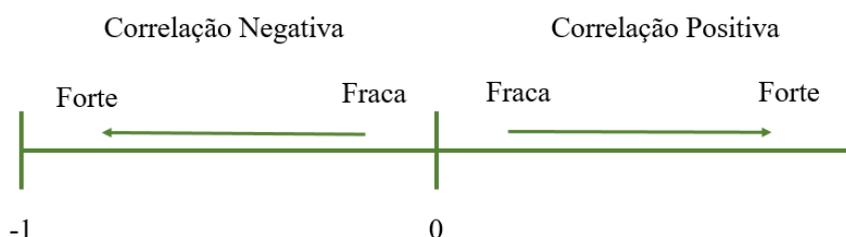
3.6.2. Análise Correlacional

Neste modelo de investigação, para aferir o grau de correlação entre as variáveis, foi utilizado o método do Coeficiente de Correlação *R Pearson*. Que sucintamente serve para detetar o grau de correlação entre as variáveis, quando a interdependência entre as mesmas não é facilmente compreendida.

Esta correlação é medida através de um intervalo de valores, que varia entre -1 e 1. E, portanto, quando os valores variam entre o intervalo de -1 e 0, verifica-se uma correlação negativa, e contrariamente, quando os valores variam entre um intervalo de 0 e 1, verifica-se uma correlação positiva.

Serve a Figura 2 e a Tabela 14 para ilustrarem os valores de referência do Coeficiente de Correlação *R* de *Pearson*.

Figura 2 - Grau de Correlação do Coeficiente *R* de *Pearson*



Fonte: Reproduzida de Araujo et al., 2019

Araujo et al. (2019), referem sucintamente os valores de referência do grau de correlação do coeficiente *R* de *Pearson*: quando os valores variam entre 0,00 e 0,19 o nível de correlação é muito fraco; quando os valores variam entre 0,20 e 0,39 o nível de correlação

é fraco; quando os valores variam entre 0,40 e 0,69 o nível de correlação é moderado; quando os valores variam entre 0,70 e 0,89 o nível de correlação é forte; quando os valores variam entre 0,90 e 1,00 o nível de correlação é muito forte.

Neste sentido, a Tabela 14 apresenta a relação linear entre as variáveis, onde é possível destacar que todas se relacionam positivamente entre si.

Tabela 14 - Análise Correlacional

Variáveis	Valores Sustentáveis	Consumo Pensado	Clima Psicológico Pró-Ambiental	Orientação para a Aprendizagem	Conscienciosidade
Valores Sustentáveis	1				
Consumo Pensado	,470**	1			
Clima Psicológico Pró-Ambiental	,636**	,551**	1		
Orientação para a Aprendizagem	,223*	,303**	,356**	1	
Conscienciosidade	,450**	,437**	,481**	,506**	1

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

* . A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Fonte: Elaboração Própria (Processado pelo SPSS)

Após observação da tabela anterior é possível constatar que:

- ✓ A variável **Valores Sustentáveis** relaciona-se positivamente com as variáveis:
 - ✓ **Consumo Consciente:** ($\beta = .47$, $p < 0,01$);
 - ✓ **Clima Psicológico Pró-Ambiental:** ($\beta = .63$, $p < 0,01$);
 - ✓ **Orientação para a Aprendizagem:** ($\beta = .22$, $p < 0,05$);

- ✓ **Conscienciosidade:** ($\beta = .45, p < 0,01$).

- ✓ A variável **Consumo Consciente** relaciona-se positivamente com as variáveis:
 - ✓ **Valores Sustentáveis:** ($\beta = .47, p < 0,01$);
 - ✓ **Clima Psicológico Pró-Ambiental:** ($\beta = .55, p < 0,01$);
 - ✓ **Orientação para a Aprendizagem:** ($\beta = .30, p < 0,01$);
 - ✓ **Conscienciosidade:** ($\beta = .43, p < 0,01$).

- ✓ A variável **Clima Psicológico Pró-Ambiental** relaciona-se positivamente com as variáveis:
 - ✓ **Valores Sustentáveis:** ($\beta = .63, p < 0,01$);
 - ✓ **Consumo Consciente:** ($\beta = .55, p < 0,01$);
 - ✓ **Orientação para a Aprendizagem:** ($\beta = .35, p < 0,01$);
 - ✓ **Conscienciosidade:** ($\beta = .48, p < 0,01$).

- ✓ A variável **Orientação para a Aprendizagem** relaciona-se positivamente com as variáveis:
 - ✓ **Valores Sustentáveis:** ($\beta = .22, p < 0,05$);
 - ✓ **Consumo Consciente:** ($\beta = .30, p < 0,01$);
 - ✓ **Clima Psicológico Pró-Ambiental:** ($\beta = .35, p < 0,01$);
 - ✓ **Conscienciosidade:** ($\beta = .50, p < 0,01$).

- ✓ A variável **Conscienciosidade** relaciona-se positivamente com as variáveis:
 - ✓ **Valores Sustentáveis:** ($\beta = .45, p < 0,01$);
 - ✓ **Consumo Consciente:** ($\beta = .63, p < 0,01$);
 - ✓ **Clima Psicológico Pró-Ambiental:** ($\beta = .43, p < 0,01$);
 - ✓ **Orientação para a Aprendizagem:** ($\beta = .50, p < 0,01$).

3.6.3. Análise da Regressão Linear

Sell (2005) explica objetivamente que, enquanto a análise correlacional procura analisar o correlacionamento entre as variáveis, a regressão linear procura analisar o efeito/comportamento da variável Y (variável dependente) sob a influência das variáveis X (variáveis independentes).

Neste caso de estudo em particular, é possível constatar que estamos perante uma **regressão linear múltipla**, por se tratar de uma análise de uma variável dependente (**Y**) e várias variáveis independentes (**X's**). A diferença entre uma regressão linear simples e uma regressão linear múltipla é a quantidade de variáveis independentes: na presença de 3 ou mais variáveis independentes, passamos de regressão linear simples para regressão linear múltipla.

Ou seja, pretende-se constatar que as variáveis independentes: Conscienciosidade, Valores Sustentáveis, Clima Psicológico Pró-Ambiental e Orientação para a Aprendizagem, implicam o comportamento da variável dependente (Consumo Consciente). Podermos observar através da seguinte fórmula:

$$Y (\text{Consumo Consciente}) = B_1 X_1 (\text{Conscienciosidade}) + B_2 X_2 (\text{Valores Sustentáveis}) + B_3 X_3 (\text{Clima Psicológico}) + B_4 X_4 (\text{Orientação para os Objetivos}) + \mu$$

Desta forma, a Tabela N.º.15 ilustra os resultados da regressão linear múltipla:

Tabela 15 - Regressão Linear

Variável Dependente	Variáveis Independentes	Coef. β	Std. Error	Sig.	VIF	R²	F (probab.)
Consumo Consciente	(constante)		,540	**		,358	17,454
	Valores Sustentáveis	,160	,087	*	1,773		
	Clima Psicológico Pró-Ambiental	,348	,099	***	1,875		
	Orientação para a Aprendizagem	,063	,090	n.s.	1,381		
	Conscienciosidade	,165	,093	*	1,656		

* significa $p < 0,10$ / ** $p < 0,05$ / *** $p < 0,01$ / n.s. significa “não significativo”

Fonte: Elaboração própria (processado pelo SPSS)

Partindo da análise do **VIF (Fator de Inflação da Variância)**, é possível averiguar a existência ou não de multicolinearidade entre variáveis. Estamos perante uma relação de multicolinearidade quando as variáveis independentes estão muito correlacionadas entre si.

Assim, é possível constatar a existência desta relação da seguinte forma: o intervalo de valores significantes de VIF varia entre $VIF > 10$ (existe multicolinearidade) e $VIF < 10$ (não existe multicolinearidade).

Neste sentido, verifica-se que não existe nenhuma relação de multicolinearidade no presente estudo, uma vez que, todos os valores de VIF das variáveis independentes são inferiores a 10.

No que respeita ao **coeficiente de determinação R²**, Sell (2005, p.5) refere que, “R² mede o grau de ajustamento da equação de regressão múltipla aos dados amostrais”. Ou seja, o R² explica o quanto as variáveis independentes explicam a variável dependente. Como se observa, a variável dependente (Consumo Consciente) é explicada em 35,8% pelas variáveis independentes.

Relativamente à **estatística F**, Sell (2005, p.5) menciona que esta testa “o efeito conjunto das variáveis independentes sobre a dependente, ou seja, serve para verificar, se pelo menos, uma das variáveis independentes (X) explica a variação do Y.”.

Para verificar essa significância estatística, importa que valores iguais ou inferiores a 0,05 ilustram uma regressão significativa, e que valores $\geq 0,05$ ilustram uma regressão não

significativa. Neste estudo regista-se que o modelo proposto é significativo ($p < 0,01$), e as variáveis independentes explicam a variável dependente da seguinte forma: o **consumo consciente é influenciado**:

- ✓ o **consumo consciente é influenciado** estatisticamente e no **sentido positivo** pela variável Valores Sustentáveis ($\beta = 0,160$ e $p \leq 0,10$);
- ✓ o **consumo consciente é influenciado** estatisticamente e no **sentido positivo** pela variável Clima Psicológico Pró-Ambiental ($\beta = 0,348$ e $p \leq 0,01$);
- ✓ o **consumo consciente é influenciado** estatisticamente e no **sentido positivo** pela variável Valores Sustentáveis ($\beta = 0,165$ e $p \leq 0,10$).
- ✓ o **consumo consciente não é** estatisticamente influenciado pela orientação para a aprendizagem.

Posto isto, e após análise psicométrica dos vários instrumentos de medida e da especificação do modelo para verificar as hipóteses de trabalho, é possível aferir que os resultados do estudo de caso estão dentro dos valores desejados e o modelo especificado apresenta uma boa adequação.

3.7. Discussão de Resultados

Após apresentação e análise dos resultados, segue-se a discussão dos mesmos.

Os resultados da **Correlação do Coeficiente R de Pearson** demonstram que todas as variáveis se relacionam positivamente entre si, corroborando assim o modelo de investigação propostos e as respetivas hipóteses levantadas.

No que concerne à **Regressão Linear Múltipla** pode-se validar seguintes as hipóteses propostas:

- ✓ **H1:** A **Conscienciosidade** influencia positivamente para o Consumo Pensado;
- ✓ **H2:** Os **Valores Sustentáveis** influenciam positivamente para o Consumo Pensado;
- ✓ **H3:** O **Clima Psicológico Pró-Ambiental** influencia positivamente para o Consumo Pensado;

Rejeitando-se, assim a hipótese:

- ✓ **H4: A Orientação para a Aprendizagem** influencia positivamente para o Consumo Pensado.

A Tabela 16 resume os resultados aferidos.

Tabela 16 - Síntese de Resultados

Variável Dependente	Variáveis Independentes	Correlação do Coeficiente R de <i>Pearson</i>	Regressão Linear Múltipla
Consumo Consciente	Conscienciosidade	(+)	(+)
	Valores Sustentáveis	(+)	(+)
	Clima Psicológico Pró-Ambiental	(+)	(+)
	Orientação para a Aprendizagem	(+)	(n.s.)

Fonte: Elaboração própria

Posto isto e através dos resultados da correlação do coeficiente R de *Pearson* e da regressão linear múltipla, é visível que nem todas as variáveis independentes exercem uma relação positiva sobre a variável dependente, Consumo Consciente. No que concerne a variável independente Orientação para a Aprendizagem, apesar de a mesma verificar uma relação positiva de influencia sobre o Consumo Consciente na Análise Correlacional do Coeficiente R de *Pearson*, o mesmo não se verifica na Análise da Regressão Linear Múltipla: uma vez que, não apresenta valores significativos de correlação.

Neste sentido, a Hipótese 4 não é corroborada e por isso explanaremos em primeiro a sua análise.

Verificou-se por meio dos resultados da análise correlacional R de *Pearson* que a variável independente **Orientação para a Aprendizagem** demonstra uma relação positiva com a variável dependente Consumo Consciente, porém, na regressão linear múltipla a relação de causa-efeito não se comprova.

É percebido através das respostas dos inquiridos que na sua maioria existe uma maior predisposição para adotar práticas de consumo consciente quando os respondentes são indivíduos orientados para a aprendizagem.

Šlogar (2022) destaca que, a orientação para a aprendizagem é fundamental para a construção do sucesso de uma empresa. Ora, sendo cada vez mais uma preocupação das corporações a adoção de políticas verdes e sustentáveis, o recrutamento de colaboradores com estas características proporciona a prática de comportamentos conscientes e pensados. O autor afirma ainda que, uma cultura organizacional direcionada para a aprendizagem e para a partilha de conhecimentos deve ser promovida de forma a proporcionar a prática de comportamentos conscientes e refletidos.

Dito isto, Calantone et al. (2002) concluem que, a orientação para a aprendizagem enfatiza o valor organizacional através da obtenção de conhecimentos. Ou seja, indivíduos mais predispostos à orientação para a aprendizagem, são um ativo valioso para as organizações que procuram melhorar as suas políticas de consumo consciente.

O consumo consciente relaciona-se assim com a orientação para a aprendizagem na medida em que, indivíduos orientados para esta visão estão mais abertos à partilha de visões e informações, e mais comprometidos em melhorar os seus conhecimentos. Ora, sendo o consumo consciente uma preocupação cada vez maior da sociedade, indivíduos com estas características demonstram melhores resultados na aquisição de comportamentos que procurem suprimir estas necessidades.

Deste modo seria expectável que indivíduos predispostos para a orientação para a aprendizagem demonstrassem melhores resultados na adoção práticas de comportamentos de consumo consciente, o que não se verifica. Na verdade, a Análise da Regressão Linear Múltipla demonstra que a variável independente Orientação para a Aprendizagem não apresenta uma influencia significativa na variável dependente Consumo Consciente: ou seja, um individuo com características orientadas para a aprendizagem não influencia o mesmo a adotar práticas comportamento de consumo consciente.

Posto isto, analisaremos as variáveis independentes que apresentam uma influencia positiva sobre a variável dependente, Consumo Consciente.

Relativamente à variável **Conscienciosidade**, Milfont e Sibley (2012) destacam que, dentro de um conjunto de características pessoais, indivíduos com altos níveis de

conscienciosidade são os que relatam maior grau de compromisso ambiental. Indivíduos cuidadosos, atentos, que seguem os planos que definem, serão perseverantes e mais predispostos a cumprirem os objetivos a que se propõem, inclusive se os mesmos passarem por adotar um conjunto de normas e comportamentos pensados e em conformidade com as necessidades ambientais.

Kvasova (2015) afirma que, indivíduos atentos e autodisciplinados (características de uma personalidade conscienciosa) são pessoas mais propensas a exibir comportamentos e atitudes ecológicas.

Na mesma perspectiva, Duong (2021) relata que, a conscienciosidade de um indivíduo influencia o consumo de produtos verdes e comportamentos de compra sustentáveis.

DeVincenzo e Scammon (2015, p.3) referem que, a ameaça das alterações climáticas está a desenvolver um espírito de consumo cada vez mais consciente. A prática de comportamentos de consumo mais conscientes está relacionada com a perspectiva que temos sobre as nossas responsabilidades. Logo, promover e incutir responsabilidades sociais, e neste caso ambientais, à população em geral parece imprescindível não só para a sua formação enquanto indivíduos, mas também enquanto um nicho da população que pode desempenhar um papel ativo, enquanto agentes defensores do ambiente.

Tendo em conta as associações anteriormente enunciadas, torna-se clara a importância que um indivíduo com uma personalidade conscienciosa tem na adoção de práticas de consumo consciente. Indivíduos cautelosos e atentos estão à partida informados e preocupados com a realidade que os rodeia, e estão por isso cientes do impacto que as alterações climáticas têm no mundo e, na forma como podem através das suas ações contribuir para a diminuição desse impacto. Confirmando-se assim a primeira hipótese que sugere que a Conscienciosidade influencia positivamente o Consumo Consciente (**H1**). Neste sentido, analisar os níveis de conscienciosidade de um indivíduo permitirá compreender que barreiras ou necessidades apresentam e devem ser trabalhadas.

Em relação à variável independente **Valores Sustentáveis**, verifica-se através da correlação do coeficiente R de *Pearson* e da regressão linear múltipla que existe uma influência positiva sobre a variável dependente, Consumo Consciente.

Neste seguimento, Gilal et al. (2019) sugerem que, existe uma relação causa-efeito positiva entre valores individuais sustentáveis e um desempenho ecológico. Isto porque,

valores individuais sustentáveis moderam a sensibilização dos indivíduos para a integração de práticas sustentáveis, ora existirá um impacto muito maior ao nível do desempenho sustentável se estivermos perante indivíduos com altos valores ecológicos.

De acordo com este raciocínio Chou (2014) sustenta que, indivíduos com fortes valores sustentáveis influenciam um desempenho de práticas sustentáveis, mesmo quando integrados em organizações com um clima organizacional pouco sustentável. O que demonstra que, os valores sustentáveis de um indivíduo são suficientemente impactantes no desempenho organizacional de um indivíduo, mesmo que a empresa não reconheça esses valores.

Segundo Fraj e Martinez (2006), há cada vez mais consumidores cientes dos problemas ambientais. Desta forma, considera-se que o princípio dos valores sustentáveis é essencial no reconhecimento de comportamentos mais ecológicos e conscientes. O autor destaca ainda que, indivíduos que priorizam valores ecológicos são mais propensos a desenvolverem mais comportamentos ambientais.

Está subjacente que, indivíduos mais sensibilizados para um consumo sustentável terão melhores resultados ao nível do desempenho organizacional pró-ambiental, confirmando assim a segunda hipótese que sugere que os valores sustentáveis influenciam positivamente o Consumo Consciente (**H2**). Neste sentido, analisar os valores sustentáveis dos indivíduos permite perceber de que forma os mesmos assimilam e desenvolvem comportamentos de consumo mais conscientes.

No que se refere ao **Clima Psicológico Pró-Ambiental**, os resultados da análise correlacional R de *Pearson* e a da regressão linear múltipla demonstram a existência de uma relação positiva com a variável dependente, Consumo Consciente.

Segundo Rubel et al. (2021), o clima psicológico sustentável é fator decisivo para a adoção de práticas pró-ambientais por parte dos trabalhadores. Indivíduos que se apercebam que os colegas de trabalho executam tarefas que vão ao encontro de práticas sustentáveis, influenciá-los-ão a repetirem essas mesmas práticas, na crença de que estão a agir em conformidade com as normas de sustentabilidade.

Naz et al. (2021) revelam que, quando corporações apresentam estratégias organizacionais orientadas para um clima psicológico sustentável, estão consequentemente a promover e a estimular performances e iniciativas verdes por parte dos seus trabalhadores. E portanto, o consumo pensado é estrategicamente assimilado a um conjunto de objetivos

definidos organizacionalmente, facilitando os funcionários a compreender a importância de aplicar os valores que apregoam.

As organizações devem de facto comunicar as suas políticas e valores verdes aos seus atuais e potenciais trabalhadores, não só de forma a que os mesmos desenvolvam competências sustentáveis, mas também para que aqueles que já as tenham adquiridas se sintam acolhidos e reconhecidos por desenvolvê-las, (Dumont et al., 2016).

Rubel et al. (2021) corroboram no seu estudo que, as empresas que assumem responsabilidades sustentáveis proporcionam aos seus colaboradores ambientes/climas psicológicos orientados para a sustentabilidade, o que desencadeia práticas e comportamentos mais ecológicos e pensados. Os autores referem que, é essencial que mais organizações se associem a práticas sustentáveis, uma vez que, as mesmas originam comportamentos de consumo naturalmente mais amigos do ambiente. Este tipo de responsabilidade verde acarreta melhores resultados organizacionais e consecutivamente melhores vantagens competitivas, (Rubel et al., 2021).

O clima psicológico pró-ambiental é uma característica que, quando desenvolvida e promovida influencia positivamente a adoção de comportamentos de consumo pensado, confirmando assim a terceira hipótese (**H3**) que, sugere que o Consumo Consciente é influenciado positivamente pelo Clima Psicológico Pró-Ambiental. Portanto, qualquer organização que procure manifestar as suas intenções sustentáveis deve valorizar indivíduos que apresentem estas características e potenciar estas qualidades em trabalhadores que não as têm desenvolvidas.

3.8. Conclusão

Neste capítulo foram apresentados os objetivos do estudo e as hipóteses de trabalho, bem como o modelo conceptual de investigação e a metodologia de estudo aplicada. Procedeu-se à descrição da amostra e à análise psicométrica do instrumento de medida.

Por fim, foram discutidos e analisados os resultados da especificação do modelo de investigação, com o objetivo de verificar as hipóteses levantadas e provar empiricamente que as variáveis independentes deste estudo: Conscienciosidade, Valores Sustentáveis,

Clima Psicológico Pró-Ambiental e Orientação para a Aprendizagem relacionam-se positivamente com o Consumo Pensado.

Concluiu-se que as três primeiras hipóteses se verificam, e, portanto, a Conscienciosidade, os Valores Sustentáveis e o Clima Psicológico Pró-Ambiental apresentam uma influencia positiva no Consumo Consciente, ao contrário da Orientação para a Aprendizagem que não alcança os resultados esperados, não se verificando a mesma relação positiva com o Consumo Consciente.

Capítulo IV – Conclusão

No presente capítulo iremos desenvolver as conclusões trabalho, através de uma análise aos objetivos propostos, seguidamente apresentando as contribuições do estudo e as possíveis implicações para estudos futuros, reiterando por fim, com as limitações da pesquisa.

O tema da sustentabilidade, mais concretamente os comportamentos em prol do consumo consciente, tem sido temática regular nas nossas vidas nos últimos anos: pensar antes de comprar, priorizar o que realmente precisamos e não consumir apenas por impulso são algumas das “regras” básicas que nos têm sido inculcadas de forma a melhorar a nossa pegada ecológica.

A investigação sobre como o mundo está a mudar tem comprovado que, as alterações climáticas e os muitos danos que causam são responsabilidade humana, demonstrando a urgente necessidade de adotar medidas drásticas no combate ao desperdício, dada a escassez cada vez maior de recursos em todo o mundo.

É neste sentido que, o presente trabalho procurou entender que fatores influenciam a prática de comportamentos de consumo consciente. Ao longo da investigação foi possível confirmar que fatores como a conscienciosidade, os valores sustentáveis e o clima psicológico pró-ambiental influenciam positivamente o indivíduo a adotar comportamentos de consumo consciente.

Nesta mesma perspetiva, denota-se através da revisão da literatura a influencia positiva das propostas sustentáveis das Organizações Não Governamentais na sociedade. Dentro das propostas apresentadas observa-se a intenção de alterar comportamentos e melhorar a coabitação a longo prazo entre a vida humana e a natureza. O envolvimento cada vez mais à escala global de iniciativas como as que apresentadas, acrescentam não só valor à necessidade de atuar como também procuram alterar paradigmas comportamentais obsoletos e desatualizados. Numa nota mais pessoal, acreditamos que essa seja talvez a forma mais eficaz de alterar o paradigma comportamental: informar, consciencializar e proporcionar medidas e objetivos tangíveis para progredir e melhorar.

Consideramos também que, o fator clima psicológico pró-ambiental seja dos fatores apresentados, aquele que mais facilmente se conseguirá promover em contexto académico, isto porque acreditamos que uma Universidade que consiga direcionar e pautar toda a sua estrutura de funcionamento numa perspetiva sustentável, conseguirá certamente atrair de forma espontânea os envolvidos (desde docentes, discentes e funcionários) a comprometerem-se com a cultura da Instituição.

Neste sentido, o Consumo Consciente revela-se uma variável importante para analisar uma Instituição/Organização que queria avaliar os seus níveis de sustentabilidade.

4.1. Contribuições do Trabalho

Os resultados do estudo empírico demonstram que, fatores como a conscienciosidade, os valores sustentáveis e o clima psicológico pró-ambiental contribuem para a adoção de comportamentos de consumo consciente.

O Consumo Consciente é o reflexo de um conjunto de comportamentos que, procura atenuar as alterações climáticas e, consecutivamente, promover a preservação ambiental. Nesta linha de pensamento pressupõem-se que, indivíduos que apliquem este tipo de comportamentos no seu dia-a-dia, inclusive em contexto académico, aplicarão igualmente essas mesmas práticas em futuros contextos profissionais. Sabe-se que a área da Advocacia e da Administração Pública são vertentes profissionais associadas a práticas ou tarefas ainda muito burocratizadas, o que se pode tornar um desafio na implementação de práticas menos processuais e mais ecológicas. Por esta razão, acreditamos que a solução para uma possível alteração do paradigma comportamental possa assentar na estrutura e na formação destes futuros profissionais, ou seja, ao invés de tentar alterar comportamentos no mercado de trabalho, talvez seja mais exequível e proveitoso promover estes comportamentos em fase de formação do indivíduo.

Dito isto, acreditamos que o maior contributo deste trabalho é afirmar que valores como a conscienciosidade, os valores sustentáveis e o clima psicológico pró-ambiental são preponderantes para a formação de profissionais na área da Administração Pública e

Advocacia, mais focados e despertados para a importância de comportamentos e práticas laborais amigas do ambiente.

Alunos envolvidos e informados sobre o impacto das suas ações no ambiente, serão certamente profissionais mais preocupados com o peso que as suas responsabilidades acarretam para o futuro do ambiente.

Por fim, não podemos deixar de mencionar o papel importantíssimo que a Universidade de Coimbra tem desenvolvido nos últimos anos nesta vertente da Sustentabilidade. Reconhecida pela *Times Higher Education Impact Rankings*, a Universidade de Coimbra tem alcançado posições de grande destaque no desenvolvimento de vários Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, contribuído em muito para a divulgação destes Objetivos, seja através de publicações académicas ou dos cursos e ofertas formativas que proporciona.

4.2. Implicações para a Administração

Parece-nos que, a principal implicação para a Administração seja a influencia que a formação e educação para a sustentabilidade tem nas alterações comportamentais dos indivíduos. Educar/formar para a sustentabilidade, tem assim um impacto decisivo na construção de uma pessoa enquanto parte integrante da sociedade. Acreditamos que, promover práticas sustentáveis em qualquer área de formação de indivíduo é contribuir para que essas mesmas práticas se repliquem nas suas várias facetas enquanto cidadão.

Neste sentido, seria importante analisar de que forma as Instituições de Ensino Público estão orientadas para uma formação mais sustentável e acolhedora ao nível de práticas amigas do ambiente, e compreender que impacto a longo prazo têm essas medidas resultados na Administração Pública e Privada.

Um estudante que, durante a sua formação absorveu e colocou em prática ideologias de trabalho orientadas para a sustentabilidade, vai certamente transportar esses hábitos/comportamentos para a sua atividade profissional, e passá-las através de atitudes e comportamentos para as gerações futuras.

Assim sendo, o desafio da Administração é preparar um ambiente/clima organizacional ou institucional que proporcione a viabilidade de práticas e comportamentos orientados para um consumo consciente. No caso da Faculdade em estudo, seria importante manter a distinção e o reconhecimento como uma das Faculdades mais ecológicas, e continuar a possibilitar um espaço para o crescimento e para a evolução sustentável.

4.3. Limitações do Caso de Estudo e Direções para Futuros Trabalhos

O presente trabalho apresenta algumas limitações, sendo por isso necessárias mais pesquisas relativamente à temática. Uma delas é o tamanho da amostra. Este estudo foi direcionado para um universo académico de uma Faculdade, pelo que, seria interessante alargar a pesquisa a outras regiões universitárias de forma a diversificar a amostra e os respetivos resultados.

Seria também interessante incluir outras variáveis no estudo, para além da conscienciosidade, dos Valores Sustentáveis, e do Clima Psicológico Pró-Ambiental, que outros fatores poderiam ser objeto de estudo, tendo em conta a possível influência que poderiam ter na prática de comportamentos de consumo consciente. Por exemplo, poderiam ser tidos em conta fatores como: a responsabilidade social, a resistência à mudança, a educação ambiental, o estilo de vida, a capacidade de inovação ou o sentimento de comunidade.

Por último, outras áreas profissionais/académicas poderiam ser estudadas, ou seja, a investigação deste trabalho foi orientada para entender como futuros profissionais em Administração Pública estão conscientes da importância de atuar em conformidade com um consumo pensado no seu ramo profissional, no entanto, este estudo poderia ser direcionado para estudantes de outras áreas profissionais.

Bibliografia

- Alerasoul S.A., Afeltra G., Hakala H., Minelli E., e Strozzi F. (2021). Organisational learning, learning organisation, and learning orientation: An integrative review and framework. *Human Resource Management Review*, Volume 32 (3). <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100854>
- Al-Ghazali B. M., e Afsar B. (2020). Green human resource management and employees' green creativity: The roles of green behavioral intention and individual green values. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1–18. <https://doi.org/10.1002/csr.1987>
- Araujo J. V. G. A., Santos M., e Gomes C. F. S. (2019). Desenvolvimento de um código em python para geração de matrizes de correlação de Pearson com laços a partir de “n” variáveis tomadas duas a duas. *XIX Simpósio de Pesquisa Operacional & Logística da Marinha*, Volume 3 (1). DOI: 10.5151/spolm2019-080
- Bauman Z. (2008). Vida para consumo: A Transformação das pessoas em Mercadoria (1ª Edição). Zahar.
- Biermann F., Kanie N., e Kim R. E. (2017). Global governance by goal-setting: the novel approach of the UN Sustainable Development Goals. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, Volume 26-27, p. 26-31. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2017.01.010>
- Calantonea R. J., Cavusgila S. T., e Zhaob Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, Volume 31 (6), 515-524. [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(01\)00203-6](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6)
- Carvalho F. R. D., (2013). *Análise Fatorial* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Repositório científico da UC. <https://estudogeral.sib.uc.pt/>
- Chou C. (2014). Hotels' environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interactions and outcomes. *Tourism Management*, Volume 40, 436-446. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.001>

- Cichoski P., Corona H. M. P., e Mello N. A. (2022). Desenvolvimento Sustentável e Agenda 2030: reflexões sobre a relação sociedade e natureza. *Terr@ Plural, Volume 16*, 1–23. <https://doi.org/10.5212/TerraPlural.v.16.2219973.028>
- DeVincenzo M. H., e Scammon D. (2015). Principle Based Consumption Communities: Exploring the Meanings Derived from Socially Conscious Consumption Practices. *Journal of Public Policy & Marketing, Volume 34* (2). <https://doi.org/10.1509/jppm.13.021>
- Dumont J. Shen J., e Deng X. (2016). Effects of Green HRM Practices on Employee Workplace Green Behavior: The Role of Psychological Green Climate and Employee Green Values. *Human Resource Management, Volume 56* (4). <https://doi.org/10.1002/hrm.21792>
- Duong C. D. (2021). Big Five personality traits and green consumption: bridging the attitude-intention-behavior gap. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Volume 34* (6), 1123-1144. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2021-0276>
- Evers U., Gruner R. L., Sneddon J., e Lee J. A. (2018). Exploring materialism and frugality in determining product end-use consumption behaviors. *Psychol Mark, Volume 35*, 948–956. <https://doi.org/10.1002/mar.21147>
- Falkner R. (2016). The Paris Agreement and the new logic of international climate politics. *International Affairs, Volume 92*(5), 1107–1125. <https://doi.org/10.1111/1468-2346.12708>
- Filho W. L., Ulisses A., Alves F., Pace P., Mifsud M., Brandli L., Caeiro S. S., e Disterheft A. (2017). Reinvigorating the sustainable development research agenda: the role of the sustainable development goals (SDG). *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 1-12. <http://dx.doi.org/10.1080/13504509.2017.1342103>
- Fraj E., e Martinez E. (2006). Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *Journal of Consumer Marketing, Volume 23* (3), 133-144. <https://doi.org/10.1108/07363760610663295>

- Freitas A. L. P. e Rodrigues S.G., (2005). A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente alfa de Cronbach. *XII SIMPEP*. DOI:10.13140/2.1.3075.6808
- Gerber A. S., Huber G. A., Doherty D., e Dowling C., M. (2011). The Big Five Personality Traits in the Political Arena. *Annual Review of Political Science*, Volume 14 (1), 265–287. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051010-111659>
- Gilal F. G., Ashraf Z., Gilal N. G., Gilal R. G. e Chaana N.A. (2019). Promoting environmental performance through green human resource management practices in higher education institutions: A moderated mediation model. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Volume 26 (6), 1579-1590. <https://doi.org/10.1002/csr.1835>
- Harris S., G., (1990). The fifth discipline: The art and practice of the learning organization, by Peter Senge, New York: Doubleday/Currency, 1990. *Human Resource Management*, Volume 29 (3), 343-348. <https://doi.org/10.1002/hrm.3930290308>
- Hirsh J. B. (2010). Personality and environmental concern. *Journal of Environmental Psychology*, Volume 30, 245–248. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.004>
- Jan H. Jans J. H. e Vedder H. H. B. (2008). *European Environmental Law* (3ª edição). Europa Law Publishing. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2082895>
- Kell G. (2012). 12 Years Later: Reflections on the Growth of the UN Global Compact. *Business & Society*, Volume 52(1), 31– 52. <https://doi.org/10.1177/0007650312460466>
- Kvasova O. (2015). The Big Five personality traits as antecedents of eco-friendly tourist behavior. *Personality and Individual Differences*, Volume 83, 111-116. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2015.04.011>
- Mateen A., Nisar Q. A. e Nadia N. (2022). Fostering pro-environmental behaviors in the healthcare organizations: An empirical analysis of psychological and strategic factors. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2022.01.004>

- Meirelles M., (2014). O Uso do SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) na Ciência Política: uma breve introdução. *Pensamento Plural*.
- Milfont T. L. e Sibley C. G. (2012). The big five personality traits and environmental engagement: Associations at the individual and societal level. *Journal of Environmental Psychology*, Volume 32 (2), 187-195. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2011.12.006>
- Mondini V. E. D., Borges G. R., Mondini L. C., e Dreher M. T. (2018). 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*, Volume 2 (2), 117-129. <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v12i2.1178>
- Naz S., Jamshed S., Nisar Q. A., e Nasir N. (2021). Green HRM, psychological green climate and pro-environmental behaviors: An efficacious drive towards environmental performance in China. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01412-4>
- Nerini F. F., Sovacool B., Hughes N., Cozzi L., Cosgrave E., Howells M., Tavoni M., Tomei J., Zerriffi H., e Milligan B. (2019). Connecting climate action with other Sustainable Development Goals. *Nature Sustainability*, Volume 2, 674–680. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0334-y>
- Norton T. A., Zacher H., Parker S. L., e Ashkanasy N. M. (2017). Bridging the gap between green behavioral intentions and employee green behavior: The role of green psychological climate. *Journal of Organizational Behavior*, *J. Organiz. Behav.* <https://doi.org/10.1002/job.2178>
- Patterson J., Schulz K., Joost V., Hel S., Oscar W., Adler C., Margot H., Karen A., Sethi M., Aliyu B. (2016). Exploring the governance and politics of transformations towards sustainability. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Volume 24, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.001>
- Pinto M. R., e Batinga G., L. (2016). Consumo Consciente no Contexto do Consumismo Moderno: Algumas Reflexões. *Revista Gestão Organizacional*, Volume 14, 30-43. DOI:10.21714/1679-18272016v14Esp.p30-43

- Rasche, A. (2009). "A Necessary Supplement": What the United Nations Global Compact Is and Is Not. *Business & Society*, Volume 48(4), 511–537. <https://doi.org/10.1177/0007650309332378>
- Rasche A., Waddock S. e McIntosh M. (2013). The United Nations Global Compact: Retrospect and Prospect. *Business & Society*, Volume 52(1), 6–30. <https://doi.org/10.1177/0007650312459999>
- Roberts B., W., e Jackson J., J. (2008). Sociogenomic Personality Psychology. *Journal of Personality*, Volume 76 (6), 1523-1544. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2008.00530.x>
- Rubel M. R. B., Kee D. M. H., e Rimi N. N. (2021). Green human resource management and supervisor pro-environmental behavior: The role of green work climate perceptions. *Journal of Cleaner Production*, Volume 313. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127669>
- Sabokro M., Masud M. M., Kayedian A. (2021). The effect of green human resources management on corporate social responsibility, green psychological climate and employees' green behavior. *Journal of Cleaner Production*, Volume 313. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127963>
- Saeed B. B., Afsar B., Hafeez S., Khan I., Tahir M., e Afridi M. A. (2018). Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Volume 26 (2), 424–438. <https://doi.org/10.1002/csr.1694>
- Schleussner, C. F., Rogelj, J., Schaeffer, M., Lissner, T., Licker, R., Fischer, E. M., Knutti, R., Levermann, A., Frieler, K., & Hare, W. (2016). Science and policy characteristics of the Paris Agreement temperature goal. *Nature Climate Change*, 6(9), 827-835. <https://doi.org/10.1038/nclimate3096>
- Schlegelmilch B.B., Bohlen G. M., e Diamantopoulos A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, Volume 30 (5), 35-55. <https://doi.org/10.1108/03090569610118740>

- Segger M. C. (2016). Advancing the Paris Agreement on Climate Change for Sustainable Development. *Cambridge International Law Journal*, 5(2), 202–237. <https://doi.org/10.4337/cilj.2016.02.03>
- Sell I. (2005). Utilização da regressão linear como ferramenta de decisão na gestão de custos. *IX Congresso Internacional de Custos*.
- Silva M. E. S., e Gómez C., R., P. (2010). Consumo Consciente: o papel contributivo da educação. Belo Horizonte: *Revista Reuna*, Volume 15 (3).
- Slater S., F., e Narver J., C. (1994). Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation Performance Relationship? *Journal of Marketing*, Volume 58 (1), 46-55. <https://doi.org/10.1177/002224299405800104>
- Šlogar H. (2022). Learning orientation impact, innovativeness and business performance in Croatian companies. *Strategic Management*, Volume 27 (1), 022-033. DOI: 10.5937/StraMan2110003S
- Soto C. J. e John O. P. (2009). Ten facet scales for the Big Five Inventory: Convergence with NEO PI-R facets, self-peer agreement, and discriminant validity. *Journal of Research in Personality*, Volume 43, 84-90. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.10.002>
- Souza A. C. de, Alexandre N. M. C. e Guirardello E. B. (2017). Propriedades psicométricas na avaliação de instrumentos: avaliação da confiabilidade e da validade. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, Volume 26(3), 649–659. <https://doi.org/10.5123/S1679-49742017000300022>
- Souza M. C. O., e Corazza, R. I. (2017). Do Protocolo Kyoto ao Acordo de Paris: uma análise das mudanças no regime climático global a partir do estudo da evolução de perfis de emissões de gases de efeito estufa. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Volume 42. <http://dx.doi.org/10.5380/dma.v42i0.51298>
- Süle M. (2012). Can conscious consumption be learned? The role of Hungarian consumer protection education in becoming conscious consumers. *International Journal of Consumer Studies*. Volume 36 (2), 211-220. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01085.x>

- Sun Y., Wang S., Gao L., e Lil J. (2018). Unearthing the effects of personality traits on consumer's attitude and intention to buy green products. *Natural Hazards, Volume 93*, 299–314. <https://doi.org/10.1007/s11069-018-3301-4>
- Telocken S. G., Garlet V., Favarin R., Madruga L. R., e Trevisan M. (2017). 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, Volume 14* (1), 100-113. <https://doi.org/10.25112/rgd.v14i1.1124>
- Vandewalle D. (1997). Development and Validation of a Work Domain Goal Orientation Instrument. *Educational and Psychological Measurement, Volume 57* (6), 995-1015. <https://doi.org/10.1177/0013164497057006009>
- Varshneya G., S. K. Pandey e Das G. (2017). Impact of Social Influence and Green Consumption Values on Purchase Intention of Organic Clothing: A Study on Collectivist Developing Economy. *Global Business Review, Volume 18* (2), 478–492. <https://doi.org/10.1177/0972150916668620>
- Wang C., Zhang S., e Zhang X. (2022). How to Embrace Sustainable Performance via Green Learning Orientation: A Moderated Mediating Model. *Sustainability, Volume 14*. <https://doi.org/10.3390/su14137933>
- Wang J., Xue Y., Sun X., e Yang J. (2020). Green learning orientation, green knowledge acquisition and ambidextrous green innovation. *Journal of Cleaner Production, Volume 250*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119475>

Webgrafia

- Agência Portuguesa do Ambiente. (2021). <https://apambiente.pt/>
- Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental. (2023). <https://unric.org/pt/>
- European Commission. (2023). *Paris Agreement*. https://climate.ec.europa.eu/eu-action/international-action-climate-change/climate-negotiations/paris-agreement_en
- European Commission. (2023). *Paris Agreement on climate change*. <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/climate-change/paris-agreement/#what>
- European Union. (2023). *History of the EU*. https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/history-eu_en
- Global Compact Network Portugal. (2023). *UN Global Compact Network Portugal*. <https://globalcompact.pt/index.php/pt/un-global-compact/global-compact-network-portugal>
- Nações Unidas. (2023). *Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental: Sistema da ONU*. <https://unric.org/pt/nacoes-unidas-sistema-da-onu/>
- Nações Unidas. (2023). *História da ONU*. <https://unric.org/pt/historia-da-onu/>
- Nações Unidas. (2023). *Missão da ONU*. <https://unric.org/pt/missao-da-onu/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *About us*. <https://www.oecd.org/about/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Recommendation of the Council on the Implementation of the Polluter-Pays Principle*. <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/11>
- Organisation for Economic Cooperation and Development iLibrary. (2023). *OECD Environmental Performance Reviews: Portugal 2023*. <https://www.oecd->

<https://www.un.org/development/dp/d9783cbf-en/index.html?itemId=/content/publication/d9783cbf-en#section-d1e1114-9d4d7d0e2c>

United Nations Climate Change. (2023). *What is the United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC Process*. <https://unfccc.int/process-and-meetings/what-is-the-united-nations-framework-convention-on-climate-change>

United Nations Development Programme. (2023). *Our mission, our goals, our mandate*. <https://www.undp.org/about-us>

United Nations Development Programme. (2023). *Sustainable Development Goals*. <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>

United Nations Development Programme. (2023). *Sustainable Development Goals: Climate Action*. <https://www.undp.org/sustainable-development-goals/climate-action>

United Nations Global Compact. (2023). *Our Mission*. <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission>

United Nations Global Compact. (2023). *The Ten Principles of the UN Global Compact*. <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

World Meteorological Organization. (2023). *About us*. <https://public.wmo.int/en/about-us>

Anexo

Anexo 1 – Questionário

No âmbito de investigação e elaboração da minha tese de Mestrado, em Administração Público-Privada, na Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, venho desta forma, pedir a tua colaboração ao responderes a este questionário.

O objetivo deste estudo, é analisar a importância que a sustentabilidade tem na tua vida e na tua forma de estar. Não há respostas certas nem erradas, só a tua resposta. As respostas a este questionário são recolhidas única e exclusivamente para fins académicos, os dados são tratados em conjunto e não individualmente, garantido a confiabilidade e anonimato das tuas respostas. Agradeço desde já a tua disponibilidade e colaboração para participares neste estudo, que não te tomará mais que 5/10 minutos.

Obrigada!

Carolina Manaia

Tendo em conta o meio ambiente , por favor, indica o teu grau de concordância com as seguintes afirmações:		Discordo totalmente		Não concordo nem discordo			Concordo totalmente	
		↓						↓
1.	Sinto-me pessoalmente obrigada(o) a fazer o que puder para prevenir a degradação ambiental.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Sinto-me obrigada(o) a salvar o ambiente da degradação, independentemente do que os outros façam.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Pessoas como eu deviam fazer o que pudessem para proteger o ambiente da degradação.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Sinto-me culpada(o) quando contribuo para a degradação ambiental.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Sinto-me obrigada(o) a respeitar o ambiente e a natureza nos meus comportamentos diários.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Estamos a alcançar o número limite de pessoas que a Terra consegue suportar.	1	2	3	4	5	6	7
7.	A Terra é como uma nave espacial com espaço e recursos muito limitados.	1	2	3	4	5	6	7

8.	Quando os humanos interferem na natureza, isso normalmente produz consequências desastrosas.	1	2	3	4	5	6	7
9.	O equilíbrio da natureza é muito delicado e fácil de perturbar.	1	2	3	4	5	6	7
10.	Os seres humanos têm o direito de modificar o ambiente natural para atender às suas necessidades.	1	2	3	4	5	6	7
11.	Os seres humanos estão a abusar severamente do ambiente.	1	2	3	4	5	6	7
12.	A chamada “crise ecológica” que a humanidade enfrenta é muito exagerada.	1	2	3	4	5	6	7
13.	Se as coisas continuarem o seu curso atual, em breve presenciaremos uma grande catástrofe ecológica.	1	2	3	4	5	6	7

Tendo em conta as tuas atitudes e comportamentos enquanto consumidor , por favor, indica o teu grau de concordância com as seguintes afirmações:		Discordo totalmente			Não concordo nem discordo		Concordo totalmente	
		↓			↓		↓	
14.	Prefiro comprar produtos que usem embalagens de materiais biodegradáveis.	1	2	3	4	5	6	7
15.	Prefiro comprar produtos que depois podem ser recolhidos e reciclados para outro uso.	1	2	3	4	5	6	7
16.	Compraria produtos biodegradáveis mesmo que pertençam a uma marca menos conhecida.	1	2	3	4	5	6	7
17.	Dar bom uso aos meus recursos faz-me sentir bem.	1	2	3	4	5	6	7
18.	Acredito em ser cautelosa(o) na forma como gasto o meu dinheiro.	1	2	3	4	5	6	7
19.	Disciplino-me para tirar o melhor proveito do meu dinheiro.	1	2	3	4	5	6	7
20.	Há coisas que resisto comprar hoje para poupar amanhã.	1	2	3	4	5	6	7
21.	Estou disposta(o) a esperar para comprar uma coisa que quero para poupar dinheiro.	1	2	3	4	5	6	7
22.	Se eu tratar bem daquilo que tenho, vou poupar dinheiro a longo prazo.	1	2	3	4	5	6	7
23.	Se eu reutilizar coisas que tenho, não há necessidade de comprar coisas novas.	1	2	3	4	5	6	7
24.	Há muitas coisas que normalmente são deitadas fora e que ainda são bastante úteis.	1	2	3	4	5	6	7
25.	Recrutar e apoiar iniciativas verdes e sustentáveis é importante em minha casa.	1	2	3	4	5	6	7
26.	Poupar energia é importante.	1	2	3	4	5	6	7
27.	Poupar água é fundamental.	1	2	3	4	5	6	7
28.	A redução do uso de produtos descartáveis é fundamental.	1	2	3	4	5	6	7
29.	A redução de resíduos e o controlo de materiais nocivos significam muito para a mim.	1	2	3	4	5	6	7
30.	Admiro pessoas que têm casas, carros e roupa caros.	1	2	3	4	5	6	7

31.	Gosto de ter coisas que impressionam os outros.	1	2	3	4	5	6	7
32.	Gosto muito de luxo na minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
33.	Seria mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	1	2	3	4	5	6	7
34.	As coisas que tenho dizem muito sobre como estou na vida.	1	2	3	4	5	6	7
35.	A minha vida seria melhor se tivesse certas coisas que não tenho.	1	2	3	4	5	6	7
36.	Comprar coisas dá-me muito prazer.	1	2	3	4	5	6	7
37.	Às vezes incomoda-me um pouco não poder suportar comprar todas as coisas que gosto.	1	2	3	4	5	6	7

Tendo em conta as tuas crenças sobre o serviço público , por favor, indica o teu grau de concordância com as seguintes afirmações:		Discordo totalmente			Não concordo nem discordo		Concordo totalmente	
		↓			↓		↓	
38.	Serviço público é muito importante para mim.	1	2	3	4	5	6	7
39.	Serviços públicos deviam ser capazes de contribuir para o bem público.	1	2	3	4	5	6	7
40.	Serviços públicos deviam ser democraticamente determinados, mesmo que se invista mais tempo e esforços.	1	2	3	4	5	6	7
41.	Serviços de qualidade deviam ser providenciados aos cidadãos mesmo com custos extra.	1	2	3	4	5	6	7
42.	Ao desenvolver políticas públicas, os interesses da geração futura necessitam de ser considerados.	1	2	3	4	5	6	7
43.	Não me sinto bem quando as pessoas não são tratadas justamente.	1	2	3	4	5	6	7
44.	Fazer a diferença na sociedade significa mais para mim do que alcançar metas pessoais.	1	2	3	4	5	6	7
45.	Acredito em colocar o dever antes de mim próprio.	1	2	3	4	5	6	7
46.	Estar bem financeiramente é mais importante para mim do que fazer boas ações.	1	2	3	4	5	6	7
47.	Muito daquilo que faço é por uma causa maior e não por mim próprio.	1	2	3	4	5	6	7
48.	Servir a comunidade dá-me uma boa sensação mesmo que não me paguem para fazê-lo.	1	2	3	4	5	6	7
49.	Sinto que as pessoas deviam devolver à sociedade mais do que aquilo que recebem.	1	2	3	4	5	6	7
50.	Sou uma daquelas raras pessoas que arriscaria perder a vida para ajudar alguém.	1	2	3	4	5	6	7
51.	Estou preparada(o) para fazer enormes sacrifícios para o bem da sociedade.	1	2	3	4	5	6	7
52.	Acredito que existem muitas causas públicas que valem a pena defender.	1	2	3	4	5	6	7

53.	Acredito que o Governo consiga tomar medidas para tornar a sociedade mais justa.	1	2	3	4	5	6	7
54.	Se há grupos que não demonstram vontade de mudança pela nossa sociedade atual então estamos todos em má situação.	1	2	3	4	5	6	7
55.	Estou disposta(o) a usar cada gota da minha energia para fazer do mundo um lugar melhor.	1	2	3	4	5	6	7
56.	Não tenho medo de lutar pelos direitos dos outros, mesmo que isso signifique ser ridicularizado.	1	2	3	4	5	6	7

Tendo em conta a tua interação com os teus colegas , por favor, indica o teu grau de concordância com as seguintes afirmações:		Discordo totalmente			Não concordo nem discordo		Concordo totalmente	
		↓			↓		↓	
57.	Nos debates de turma, procuro entender o ponto de vista de todos.	1	2	3	4	5	6	7
58.	Partilhamos os nossos sucessos.	1	2	3	4	5	6	7
59.	Partilhamos os nossos falhanços.	1	2	3	4	5	6	7
60.	Ocorrem ideias/dúvidas nos debates, que não ocorrem a ninguém individualmente.	1	2	3	4	5	6	7
61.	Resolvemos eficazmente os conflitos quando os mesmo surgem durante um trabalho de grupo.	1	2	3	4	5	6	7
62.	Os estudantes adaptam-se facilmente à minha faculdade.	1	2	3	4	5	6	7
63.	Os estudantes relacionam-se entre cursos.	1	2	3	4	5	6	7
64.	Os grupos de trabalho têm as pessoas certas envolvidas na abordagem às questões.	1	2	3	4	5	6	7
65.	Diferentes pontos de vista são encorajados no grupo de trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
66.	Os grupos de trabalho estão preparados para repensarem as decisões quando são apresentadas novas informações.	1	2	3	4	5	6	7
67.	Costumo ler sobre a minha área de formação de forma a melhorar o meu desempenho académico.	1	2	3	4	5	6	7
68.	Estou disposta(o) a aceitar uma tarefa desafiante com a qual posso aprender muito.	1	2	3	4	5	6	7
69.	Muitas vezes procuro oportunidades para desenvolver novas habilidades e conhecimentos.	1	2	3	4	5	6	7
70.	Gosto de desafios e de tarefas difíceis em que sei que aprenderei novas skills.	1	2	3	4	5	6	7
71.	Para mim, o desenvolvimento das minhas capacidades de trabalho é importante o suficiente para assumir riscos.	1	2	3	4	5	6	7
82.	Prefiro trabalhar em situações que exijam um alto nível de habilidade e talento.	1	2	3	4	5	6	7
73.	Prefiro provar os meus conhecimentos numa tarefa na qual me posso sair bem do que tentar uma nova.	1	2	3	4	5	6	7

74.	Preocupo-me em mostrar que consigo ter um desempenho melhor do que o dos meus colegas.	1	2	3	4	5	6	7
75.	Tento entender o que é preciso para provar aos outros as minhas habilidades.	1	2	3	4	5	6	7
76.	Gosto quando os outros estão cientes de como estou sou bom no que faço.	1	2	3	4	5	6	7
77.	Prefiro trabalhar em projetos onde possa demonstrar as minhas habilidades aos outros.	1	2	3	4	5	6	7
78.	Evitaria assumir uma tarefa nova, porque haveria probabilidades de parecer bastante incompetente aos olhos dos outros.	1	2	3	4	5	6	7
79.	Evitar um desempenho medíocre é mais importante para mim do que aprender uma nova habilidade.	1	2	3	4	5	6	7
80.	Preocupo-me em assumir uma tarefa se o meu desempenho revelar que tenho baixas capacidades.	1	2	3	4	5	6	7
81.	Prefiro evitar situações em que possa ter um mau desempenho.	1	2	3	4	5	6	7
82.	Quando não entendo algo, prefiro evitar fazer "perguntas idiotas" para as quais eu já deveria saber a resposta.	1	2	3	4	5	6	7
83.	O meu objetivo é ter melhores notas do que os meus colegas.	1	2	3	4	5	6	7
84.	Gosto de ter um bom desempenho na faculdade de forma a mostrar as minhas capacidades à minha família e aos meus amigos.	1	2	3	4	5	6	7
85.	Ter boas notas é o mais importante para mim neste momento.	1	2	3	4	5	6	7
86.	A minha principal preocupação é ter boas notas nas diferentes unidades curriculares.	1	2	3	4	5	6	7

Vejo-me como uma pessoa que:		Discordo totalmente							Não concordo nem discordo							Concordo totalmente						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
87.	É faladora.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
88.	É extrovertida.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
89.	É inquieta.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
90.	Tem uma personalidade assertiva.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
91.	É efusiva e desinibida.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
92.	É cheia de energia.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
93.	Gera muito entusiasmo.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
94.	É útil e altruísta para com os outros.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
95.	É de confiança.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
96.	É calorosa e apegada.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
97.	É atenciosa e gentil com quase todas as pessoas.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
98.	Tende a não reparar nos defeitos dos outros.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
99.	Evita discussões com os outros.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

100.	Perdoa facilmente/naturalmente.	1	2	3	4	5	6	7
101.	É cuidadosa.	1	2	3	4	5	6	7
102.	Tende a ser organizada.	1	2	3	4	5	6	7
103.	É um(a) trabalhador(a) confiável.	1	2	3	4	5	6	7
104.	Tende a ser ativa.	1	2	3	4	5	6	7
105.	É perseverante até a tarefa estar concluída.	1	2	3	4	5	6	7
106.	Faz planos e segue-os.	1	2	3	4	5	6	7
107.	É atenta.	1	2	3	4	5	6	7
108.	É preocupada e que lida mal com o stress.	1	2	3	4	5	6	7
109.	Se preocupa muito.	1	2	3	4	5	6	7
110.	É ansiosa em situações de stress.	1	2	3	4	5	6	7
111.	Fica nervosa facilmente.	1	2	3	4	5	6	7
112.	É deprimida.	1	2	3	4	5	6	7
113.	Pode ser temperamental.	1	2	3	4	5	6	7
114.	Valoriza experiências artísticas e estéticas.	1	2	3	4	5	6	7
115.	Tem muitos interesses artísticos.	1	2	3	4	5	6	7
116.	É sofisticada em arte, música ou literatura.	1	2	3	4	5	6	7
117.	É curiosa sobre muitas coisas diferentes.	1	2	3	4	5	6	7
118.	É engenhosa, de pensamentos profundos.	1	2	3	4	5	6	7
119.	É inovadora.	1	2	3	4	5	6	7
120.	Prefere um trabalho desafiante ou pouco rotineiro.	1	2	3	4	5	6	7
121.	Gosta de refletir e discutir ideias.	1	2	3	4	5	6	7

Por último, necessito de alguma informação adicional para efetuar o tratamento global dos dados. Por favor indica:

Idade: ____ anos

Sexo: Feminino Masculino

Distrito de residência oficial

Frequentas: Licenciatura ou Mestrado em APP ou Direito Qual o ano de frequência: ____ ano

FIM

MUITO OBRIGADA PELA TUA COLABORAÇÃO!