

RESSALVA

Atendendo a solicitação da autora, Camila Raymundi Ortiz, o texto completo deste documento será disponibilizado somente a partir de 27/09/2027.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP
FACULDADE DE ENGENHARIA DE BAURU - FEB
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

CAMILA RAYMUNDI ORTIZ

DETERMINANTES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ABORDAGEM SOBRE
REDUÇÃO, REUSO E RECICLAGEM À LUZ DO COMPORTAMENTO DO
CONSUMIDOR

BAURU

2025

CAMILA RAYMUNDI ORTIZ

DETERMINANTES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ABORDAGEM SOBRE
REDUÇÃO, REUSO E RECICLAGEM À LUZ DO COMPORTAMENTO DO
CONSUMIDOR

Documento submetido ao Programa de
Pós-Graduação em Engenharia de Produção,
Faculdade de Engenharia de Bauru,
Universidade Estadual Paulista (UNESP) para
Defesa de Tese de Doutorado.

Linha de Pesquisa: Sustentabilidade e Sistemas
Produtivos

Orientador: Prof. Dr. Hermes Moretti Ribeiro da
Silva

BAURU

2025

O77d

Ortiz, Camila Raymundi

Determinantes do consumo sustentável: uma abordagem sobre
Redução, Reuso e Reciclagem à luz do comportamento do consumidor
/ Camila Raymundi Ortiz. -- Bauru, 2025
167 p.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP),
Faculdade de Engenharia, Bauru

Orientador: Hermes Moretti Ribeiro da Silva

1. Comportamento de consumo sustentável. 2. 3R's. 3. Teoria do
Comportamento Planejado. 4. Consciência para Economia Circular. 5.
Frugalidade. I. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE CAMILA RAYMUNDI ORTIZ, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, DA FACULDADE DE ENGENHARIA - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 26 dias do mês de setembro do ano de 2025, às 9h30min, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de CAMILA RAYMUNDI ORTIZ, intitulada **DETERMINANTES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ABORDAGEM SOBRE REDUÇÃO, REUSO E RECICLAGEM À LUZ DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**, sob orientação do Prof. Dr. Hermes Moretti Ribeiro da Silva. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor HERMES MORETTI RIBEIRO DA SILVA (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Engenharia de Produção / Unesp - Faculdade de Engenharia de Bauru, Prof.^a Dr.^a PAULA DE CAMARGO FIORINI (Participação Virtual) do(a) Departamento de Engenharia de Produção / Unesp - Faculdade de Engenharia - Câmpus Bauru, Prof.^a Dr.^a GIOVANA MONTEIRO GOMES (Participação Virtual) do(a) Department of Civil and Mechanical Engineering / Technical University of Denmark (Danmarks Tekniske Universitet), Prof. Dr. OCTAVIANO ROJAS LUIZ (Participação Virtual) do(a) Departamento de Engenharia de Produção / Unesp - Faculdade de Engenharia - Câmpus de Bauru, Prof. Dr. EDUARDO EUGÊNIO SPERS (Participação Virtual) do(a) Departamento de Economia, Administração e Sociologia / Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz - ESALQ - USP - Piracicaba/SP. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Documento assinado digitalmente

HERMES MORETTI RIBEIRO DA SILVA

Data: 26/09/2025 10:06:11-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professor Doutor HERMES MORETTI RIBEIRO DA SILVA

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Hermes, pela sabedoria e paciência em firmemente orientar-me na condução deste projeto.

Ao Matheus, por contribuir com seu conhecimento para fortalecer os artigos que compõem essa tese.

À Giovana, pela bondade e disponibilidade. Seu apoio foi decisivo para o êxito na jornada.

Aos colegas que conheci durante a trajetória acadêmica, pelas boas ideias, co-autorias e empatia.

À Comissão Examinadora das etapas de Qualificação e Defesa de Tese, pelas contribuições em aprimorar esta pesquisa.

À Unesp e aos professores do departamento, que viabilizaram a trajetória necessária para a realização do Doutorado.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por apoiar a realização deste projeto de pesquisa, por meio do processo nº 407568/2023-9.

À empresa em que trabalho, por apoiar-me na realização deste sonho.

Aos respondentes da coleta de dados, pela colaboração. Foi surpreendente o engajamento.

Aos amigos, por torcerem pela conclusão de mais essa etapa.

À minha família, pela presença, parceria e todos os mais nobres sentimentos possíveis.

A Deus, por me permitir viver tudo isso.

RESUMO

Nas últimas décadas, a intensificação dos impactos ambientais e a crescente escassez de recursos naturais têm impulsionado debates sobre a necessidade de repensar padrões de produção e consumo. Em resposta a esses desafios, propostas como o desenvolvimento sustentável, a Economia Circular e estilos de vida mais frugais vêm ganhando relevância. Essas abordagens sugerem alternativas mais conscientes, pautadas na moderação do consumo, na valorização dos recursos disponíveis e na minimização de desperdícios. Nesse cenário, o comportamento do consumidor torna-se elemento central, uma vez que as escolhas individuais influenciam diretamente a demanda por recursos e a geração de resíduos. No entanto, embora consumidores manifestem a intenção de adotar comportamentos mais sustentáveis, ela nem sempre se converte em ações efetivas. Para compreender melhor essa lacuna, o objetivo geral desta tese concentra-se em investigar determinantes do comportamento de consumo sustentável, especialmente em relação às práticas de Redução, Reuso e Reciclagem (3R's). Assim, o Artigo 1 teve como ponto de partida uma revisão sistemática da literatura sobre consumo sustentável, com base em 85 artigos selecionados, a fim de mapear as dimensões que afetam o comportamento do consumidor. A análise revelou, por meio da elaboração de uma estrutura conceitual, que os fatores influenciadores podem ser agrupados em quatro grandes categorias: culturais, sociais, pessoais e psicológicas. Na sequência, o Artigo 2 buscou compreender como a Consciência para Economia Circular e a Frugalidade influenciam esses comportamentos, sendo representados pelos 3R's. Para tanto, foi conduzida uma pesquisa empírica com 1.021 respondentes e baseada na Teoria do Comportamento Planejado, especialmente no contexto do consumo de embalagens plásticas. Os resultados reforçaram a persistência da lacuna entre intenção e ação, evidenciando que, apesar do interesse crescente por comportamentos sustentáveis, fatores individuais exercem influência. A Consciência para Economia Circular apresentou relação com a atitude para os 3R's, assim como a Frugalidade, que mostrou-se mais associada a comportamentos que trazem benefícios econômicos imediatos, como Redução e Reciclagem. Por fim, o Artigo 3 visou identificar barreiras às práticas dos 3R's para o consumo de embalagens plásticas, e evidenciou, por meio de uma análise qualitativa e quantitativa com 990 participantes, que barreiras mercadológicas são as que mais dificultam a Redução, barreiras tecnológicas e culturais são as que mais afetam o Reuso, e barreiras governamentais são as que mais impactam a Reciclagem, sendo este comportamento o mais associado a sentimentos negativos por parte dos consumidores.

Palavras-chave: Comportamento de consumo sustentável. 3R's. Teoria do Comportamento Planejado. Consciência para Economia Circular. Frugalidade.

ABSTRACT

In recent decades, the intensification of environmental impacts and the growing scarcity of natural resources have driven debates on the need to rethink production and consumption patterns. In response to these challenges, proposals such as sustainable development, the Circular Economy, and more frugal lifestyles have been gaining relevance. These approaches suggest more conscious alternatives, based on consumption moderation, appreciation of available resources, and waste minimization. In this context, consumer behavior becomes a central element, as individual choices directly influence the demand for resources and the generation of waste. However, although consumers express the intention to adopt more sustainable behaviors, this intention does not always translate into effective actions. To better understand this gap, the general objective of this thesis is to investigate the determinants of sustainable consumption behavior, especially regarding the practices of Reduction, Reuse, and Recycling (the 3R's). Accordingly, Article 1 began with a systematic literature review on sustainable consumption, based on 85 selected articles, with the aim of mapping the dimensions that affect consumer behavior. The analysis revealed, through the development of a conceptual framework, that the influencing factors can be grouped into four broad categories: cultural, social, personal, and psychological. Subsequently, Article 2 sought to understand how Circular Economy Awareness and Frugality influence these behaviors, represented by the 3Rs. To this end, an empirical study was conducted with 1,021 respondents, based on the Theory of Planned Behavior, particularly in the context of plastic packaging consumption. The results reinforced the persistence of the gap between intention and action, showing that despite the growing interest in sustainable behaviors, individual factors exert a strong influence. Circular Economy Awareness was found to be related to attitudes toward the 3Rs, as was Frugality, which proved to be more associated with behaviors that provide immediate economic benefits, such as Reduction and Recycling. Finally, Article 3 aimed to identify barriers to 3R practices in the context of plastic packaging consumption. Through a qualitative and quantitative analysis involving 990 participants, it was found that market-related barriers are those that most hinder Reduction, technological and cultural barriers most affect Reuse, and governmental barriers most impact Recycling, with this behavior being the one most associated with negative feelings among consumers.

Keywords: Sustainable consumption behavior. 3R's. Theory of planned behavior. Awareness of Circular Economy. Frugality.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Teorias utilizadas nos artigos	27
Tabela 3: Validade Discriminante (Fornell e Larcker)	49
Tabela 4: Coeficientes de Determinação	51
Tabela 5: Avaliação das Hipóteses	52

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estrutura da Tese	16
Quadro 2: Escalas utilizadas	45

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Composição da amostra final de artigos	23
Figura 2: Publicações ao longo dos anos	24
Figura 3: Métodos usados em artigos	25
Figura 4: Países participantes no desenvolvimento de estudos empíricos	25
Figura 5: Estrutura de fatores que influenciam o comportamento de consumo sustentável	28
Figura 6: Modelo teórico para os 3R's	44
Figura 7: Método qualitativo	64
Figura 8: Barreiras ao comportamento de Redução de embalagens plásticas	65
Figura 9: Sub-categorias de barreiras à Redução do consumo de embalagens plásticas	69
Figura 10: Sentimentos sobre comportamento de Redução de embalagens plásticas	70
Figura 11: Barreiras ao comportamento de Reuso de embalagens plásticas	71
Figura 12: Sub-categorias de barreiras ao Reuso de embalagens plásticas	74
Figura 13: Sentimentos sobre comportamento de Reuso de embalagens plásticas	75
Figura 14: Barreiras ao comportamento de Reciclagem de embalagens plásticas	76
Figura 15: Sub categorias de barreiras à Reciclagem de embalagens plásticas	78
Figura 16: Sentimentos sobre o comportamento de Reciclagem de embalagens plásticas	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS DA TESE	15
2. ARTIGO 1 - CONSUMO SUSTENTÁVEL: UM OLHAR SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	18
2.1 INTRODUÇÃO	18
2.1.1 Comportamento de consumo sustentável	19
2.2 METODOLOGIA	21
2.2.1 Revisão Sistemática de Literatura	21
2.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	23
2.3.1 Comportamento de consumo sustentável sob a perspectiva descritiva	23
2.3.2 Estrutura conceitual dos fatores do comportamento de consumo sustentável	28
2.4 CONCLUSÃO	33
3. ARTIGO 2 - INFLUÊNCIA DA FRUGALIDADE E DA CIRCULARIDADE SOBRE A ATITUDE PARA OS COMPORTAMENTOS DE REDUÇÃO, REUSO E RECICLAGEM DE EMBALAGENS PLÁSTICAS	35
3.1 INTRODUÇÃO	35
3.2 REFERENCIAL TEÓRICO	37
3.2.1 Comportamento de consumo sustentável e os 3R's	37
3.2.2 Consumo de Embalagens Plásticas	38
3.2.3 Teoria do Comportamento Planejado	39
3.2.4 Consciência para Economia Circular	41
3.2.5 Frugalidade	42
3.3 METODOLOGIA	44
3.4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	46
3.4.1 Caracterização da Amostra	46
3.4.2 Análise do Modelo de Mensuração	47
3.4.3 Análise do Modelo Estrutural	50
3.4.4 Discussão dos Resultados	53
3.5 CONCLUSÃO	56
4. ARTIGO 3 - BARREIRAS AOS 3R's: UMA ANÁLISE QUANTI-QUALITATIVA DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE EMBALAGENS PLÁSTICAS	59
4.1 INTRODUÇÃO	59
4.2 REFERENCIAL TEÓRICO	60
4.2.1 Barreiras ao comportamento de consumo dos 3R's	60
4.3 METODOLOGIA	62
4.4 RESULTADOS	65
4.4.1 Barreiras e sentimentos relativos ao comportamento de Redução de embalagens plásticas	65
4.4.2 Barreiras e sentimentos relativos ao comportamento de Reuso de embalagens plásticas	70

4.4.3 Barreiras e sentimentos relativos ao comportamento de Reciclagem de embalagens plásticas	75
4.5 DISCUSSÃO	80
4.6 CONCLUSÃO	83
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS DA TESE	85
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICE A	105
APÊNDICE B	136

1. INTRODUÇÃO

O crescente reconhecimento das limitações de recursos do planeta, resultantes dos atuais padrões de consumo, tem impulsionado o debate em torno do consumo sustentável como um elemento-chave para a promoção do desenvolvimento sustentável (PAETZ, 2021; ELHOUSHY; LANZINI, 2021). À luz das crises ambientais, sociais e econômicas que marcam o século XXI, o consumo sustentável emerge não apenas como uma escolha individual, mas como uma exigência coletiva que pressupõe a articulação entre bem-estar, equidade e responsabilidade ambiental (CEGLIA, de OLIVEIRA LIMA; LEOCÁDIO, 2015). Em sua essência, o consumo sustentável busca equilibrar as necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias demandas (SESINI; CASTIGLIONI; LOZZA, 2020), sendo, portanto, um vetor crítico na transição para sociedades mais resilientes. Nesse contexto, a compreensão do comportamento do consumidor assume papel estratégico, uma vez que são as escolhas diárias dos indivíduos que sustentam ou transformam padrões de produção e consumo (WHITE; HABIB; HARDISTY, 2019; SU et al., 2022).

Embora o conceito de consumo sustentável tenha ganhado relevância no debate acadêmico e político, sua adoção efetiva ainda encontra barreiras significativas, incluindo a falta de compreensão sobre seu significado, o acesso limitado a informações e o predomínio de hábitos de consumo arraigados (RATNER et al., 2020; SHEORAN; KUMAR, 2020a). Esses desafios evidenciam a complexidade envolvida no processo de mudança comportamental, especialmente diante de fatores que influenciam as práticas individuais e coletivas de consumo.

Diante dessas dificuldades, torna-se essencial adotar abordagens que orientem e simplifiquem a prática do consumo sustentável por parte dos indivíduos, a fim de compreender como tais abordagens podem contribuir para a promoção do consumo sustentável (CAMACHO-OTERO; BOKS; PETTERSEN, 2018; PARAJULY et al., 2020). Uma das estratégias mais difundidas nesse sentido é o conceito dos 3R's (Reduzir, Reusar e Reciclar) que traduz de forma acessível os princípios da sustentabilidade aplicados à rotina do consumidor. Tais práticas representam diferentes formas de atuação no processo de mitigação de impactos ambientais: a Redução está relacionada à minimização do desperdício no ato do consumo, o Reuso refere-se à extensão da vida útil dos produtos, e a Reciclagem

trata da conversão de resíduos em novos recursos ou energia (ABELIOTIS; KONIARI; SARDIANOU, 2010). Dessa forma, os 3R's englobam uma gama diversificada de comportamentos sustentáveis (CARRETE et al., 2012).

O conceito dos 3R's também serve como fundamento para modelos mais amplos de sustentabilidade, como a Economia Circular (EC), que vem se consolidando como alternativa ao sistema linear de produção e descarte. A EC propõe um sistema regenerativo baseado nos mesmos princípios - Reduzir, Reusar e Reciclar - buscando não apenas a eficiência na gestão de recursos, mas também a reconfiguração dos hábitos de consumo e das formas de se relacionar com os bens materiais (HUANG et al., 2018; VARGAS-MERINO; RIOS-LAMA; PANEZ-BENDEZÚ, 2023). Embora inicialmente voltada a processos industriais, a EC tem ampliado seu escopo, incorporando cada vez mais a perspectiva do consumidor nas estratégias de circularidade, sobretudo no que se refere às decisões relacionadas ao uso, descarte e reaproveitamento de produtos e materiais (KIRCHHERR; REIKE; HEKKERT, 2017; ALI; CHOE, 2022), bem como buscando entender a relação entre a conscientização e o comportamento (GONELLA et al., 2023).

Entre os temas emergentes nesse campo, destaca-se a Frugalidade como um possível preditor do comportamento de consumo sustentável. Compreendida como uma orientação para o uso consciente e moderado dos recursos, a Frugalidade contrapõe-se à lógica do consumo excessivo e oferece uma base de valor alinhada aos princípios da sustentabilidade (KAUR; LUCHS, 2022). No entanto, embora frequentemente associada a comportamentos pró-ambientais, a Frugalidade ainda carece de investigações mais aprofundadas que elucidem sua relação com práticas concretas como a redução de resíduos, o reaproveitamento de embalagens e a reciclagem de materiais (SUÁREZ et al., 2020; WANG et al., 2021).

Essa dissonância entre intenção e comportamento reforça a necessidade de integrar abordagens teóricas e metodológicas que permitam compreender não apenas as motivações, mas também os entraves à adoção de comportamentos sustentáveis. A Teoria do Comportamento Planejado (TPB) tem sido amplamente utilizada para analisar os fatores que moldam a intenção comportamental, incorporando variáveis como atitudes, normas subjetivas e controle percebido (KRISTIA; KOVACS; LÁSZLÓ, 2023). Adicionalmente, técnicas analíticas contemporâneas, como a análise de sentimento em ambientes digitais, têm se mostrado eficazes na captação de percepções sociais sobre temas ambientais, contribuindo para o delineamento de políticas públicas e estratégias empresariais mais responsivas

(ANDERSON, SARKAR; KELLEY, 2024) e o entendimento de barreiras que dificultem comportamentos sustentáveis (GRAFSTRÖM, 2025).

Diante desse panorama, este estudo parte da seguinte questão de pesquisa: *Qual a influência de determinantes na adoção de comportamentos de consumo sustentável, como a Redução, o Reuso e a Reciclagem, por parte dos consumidores?* Dada a amplitude do comportamento de consumo sustentável, fez-se necessário delimitar o escopo da presente investigação. Nesse sentido, a pesquisa concentra-se na análise da influência de determinantes na adoção de comportamentos sustentáveis por parte dos consumidores, com ênfase nos comportamentos de Redução, Reuso e Reciclagem, os quais foram selecionados como representativos desse tipo de comportamento.

Considerando o consumo de plásticos como uma das maiores expressões da insustentabilidade contemporânea, devido à sua escala, durabilidade no meio ambiente e dificuldade de destinação adequada, torna-se relevante compreender os fatores que limitam ou promovem comportamentos sustentáveis relacionados à Redução, Reuso e Reciclagem desse material (HEIDBREder et al., 2019; MASUM et al., 2025). Nesse cenário, destaca-se o Brasil, que ocupa a quarta posição entre os maiores produtores mundiais de resíduos plásticos, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Índia (DE AGUIAR; MANNING, 2020; LIMA; GUTIERREZ; CRUZ, 2022), e que também foi selecionado como objeto desta pesquisa pela sua diversidade cultural e regional.

Assim, a originalidade deste trabalho consiste na integração de conceitos teóricos, fatores individuais e barreiras contextuais para investigar o consumo sustentável voltado ao comportamento do consumidor. Ao relacionar variáveis clássicas da TPB e variáveis emergentes em um modelo, como a Consciência para Economia Circular e a Frugalidade, buscou-se também explorar qualitativamente as barreiras e as emoções pessoais que afetam a adoção dos 3R's para o consumo de embalagens plásticas. Nesse sentido, parte-se de uma articulação entre três eixos principais: (1) os fatores que influenciam o comportamento de consumo sustentável, (2) o papel da Consciência para Economia Circular e da Frugalidade na formação desse comportamento, e (3) as barreiras associadas ao uso de embalagens plásticas, como forma de capturar o que impede que o comportamento de consumo sustentável aconteça.

1.1 OBJETIVOS DA TESE

O objetivo geral da tese é investigar determinantes da adoção de comportamentos de consumo sustentável relacionados à Redução, Reuso e Reciclagem, por parte dos consumidores. Tendo em vista que as embalagens plásticas serão o objeto deste estudo, a investigação partiu de um mapeamento sistemático da literatura, buscando identificar as principais dimensões conceituais, fatores influenciadores e lacunas teóricas relacionadas ao tema.

A partir disso, a pesquisa aprofundou-se na análise da influência de variáveis individuais, como a Frugalidade, o nível de Consciência para Economia Circular e os determinantes da Teoria do Comportamento Planejado, com a finalidade de avaliar como essas variáveis impactam a adoção de comportamentos sustentáveis, especialmente em decisões relacionadas ao consumo de embalagens plásticas. Adicionalmente, a pesquisa buscou identificar e compreender as principais barreiras comportamentais que impedem a adoção desses comportamentos, mesmo diante de intenções positivas por parte dos consumidores.

Combinando abordagens quantitativas e qualitativas, esta investigação oferece uma visão integrada sobre os elementos que promovem e dificultam o engajamento para os 3R's, contribuindo para o avanço do conhecimento científico e para a formulação de estratégias mais eficazes, que viabilizem a promoção do consumo sustentável. De modo a alcançar tal objetivo, os artigos foram estruturados da seguinte forma:

- Artigo 1: Mapear o comportamento de consumo sustentável na literatura, com foco na identificação das principais dimensões conceituais e fatores que o influenciam. O intuito foi construir uma base para o desenvolvimento da tese e levantar conceitos-chave que definem o consumo sustentável, para entender como se relacionam.
- Artigo 2: A partir das lacunas encontradas no Artigo 1, o segundo artigo foi criado para desenvolver uma investigação quantitativa, testando a influência de variáveis individuais, atitudinais e contextuais, como Frugalidade, Consciência para Economia Circular e os componentes da Teoria do Comportamento Planejado relacionados aos 3R's, especificamente voltados ao uso de embalagens plásticas. Apesar da identificação de

intenções positivas, os resultados indicaram que tais intenções nem sempre se convertem em ação, o que motivou o desenvolvimento do terceiro artigo.

- Artigo 3: Identificar as principais barreiras que dificultam a prática dos comportamentos de Redução, Reuso e Reciclagem, no contexto do uso de embalagens plásticas. Após o levantamento das limitações enfrentadas pelos indivíduos, a análise qualitativa e de sentimentos desses entraves ajudou a explicar o motivo pelo qual mesmo havendo intenção positiva, o comportamento sustentável nem sempre se concretiza.

Em síntese, a estrutura desta tese é apresentada no Quadro 1.

Quadro 1: Estrutura da Tese

	Artigo 1	Artigo 2	Artigo 3
Objetivo	Mapear a literatura sobre o comportamento de consumo sustentável	Testar um modelo com variáveis emergentes e clássicas da TPB, para avaliar a influência sobre o comportamento de consumo sustentável	Explorar as barreiras cognitivas, emocionais e contextuais que dificultam o comportamento dos 3R's no consumo de embalagens plásticas
Método	Revisão sistemática	Estudo quantitativo com aplicação de survey e modelagem estatística	Abordagem mista: qualitativa e quantitativa
Contribuição	Proposição de uma estrutura conceitual integrando os fatores que influenciam o comportamento de consumo sustentável, servindo de base teórica para os estudos empíricos seguintes	Expansão da TPB por meio da inclusão de novas variáveis de influência, ampliando a compreensão sobre os motivadores do consumo sustentável no contexto dos 3R's	Identificação das barreiras mais relevantes para cada um dos 3R's, oferecendo subsídios para políticas públicas, comunicação ambiental e estratégias de engajamento do consumidor

Fonte: Autora (2025).

A seguir, são apresentados os três artigos que estruturam a tese, cada qual representado por um capítulo, que aborda uma dimensão específica do problema de pesquisa proposto. Ao final, as considerações sintetizam os principais resultados, destacando as contribuições deste estudo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS DA TESE

O objetivo geral desta tese é investigar a influência de determinantes na adoção de comportamentos de consumo sustentável, como a Redução, o Reuso e a Reciclagem, por parte dos consumidores. Para tanto, três artigos foram elaborados, cada qual abordando o tema sob uma perspectiva diferente, mas complementar: o primeiro artigo constrói a base teórica e conceitual, o segundo artigo testa empiricamente os determinantes identificados e o terceiro artigo aplica esses achados a um contexto prático, analisando as barreiras e desafios reais enfrentados pelos consumidores.

A integração dos três artigos evidencia de forma abrangente a complexidade inerente ao comportamento de consumo sustentável e a necessidade de uma abordagem multidimensional para sua compreensão e promoção. Ao reunir perspectivas conceituais e empíricas, os artigos revelam que o consumo sustentável não se sustenta apenas em escolhas individuais racionais, mas em um conjunto de fatores que envolvem atitudes, valores, normas sociais, percepções de controle, infraestrutura disponível e demais incentivos sociopolíticos.

O primeiro estudo, por meio de uma revisão sistemática baseada em 85 artigos, mapeou os principais fatores que influenciam o comportamento de consumo sustentável, organizando-os em dimensões culturais, sociais, pessoais e psicológicas. Tais fatores vão desde variáveis como valores, estilo de vida, frugalidade, gênero e geração, até aspectos como normas, engajamento coletivo e percepção de pressão social. Também se destacam elementos relacionados à consciência ambiental, à falta de informação, ao preço dos produtos sustentáveis e à estrutura institucional disponível. A diversidade dos métodos aplicados, sobretudo surveys, estudos de caso e análises estatísticas, realizados em diferentes países, revelou ainda a pluralidade cultural e comportamental que caracteriza o tema, apontando para a necessidade de abordagens contextuais e adaptadas às realidades locais. A análise demonstrou a evolução conceitual do tema e evidenciou o crescente interesse científico por compreendê-lo a partir de teorias do comportamento. Essa sistematização contribui para consolidar uma base teórica, que pode orientar tanto futuras pesquisas quanto políticas públicas e estratégias organizacionais (Artigo 1).

O segundo estudo complementou essa base ao aplicar empiricamente a TPB, incorporando ainda os conceitos de Frugalidade e Consciência para Economia Circular. Os

resultados demonstraram que atitudes favoráveis e a percepção de controle pessoal exercem influência significativa sobre as intenções comportamentais, sobretudo em práticas como Redução e Reciclagem. No entanto, apontaram também os limites da pressão social como fator motivador e destacaram que comportamentos como o Reuso ainda carecem de maior adesão, por dependerem de acessibilidade, conveniência e reconfiguração de hábitos. A Frugalidade, por sua vez, mostrou-se alinhada a práticas com benefícios econômicos mais imediatos, sugerindo que diferentes perfis de consumidores podem responder de forma distinta aos estímulos sustentáveis (Artigo 2).

Por fim, o terceiro estudo aprofundou a discussão ao investigar as barreiras práticas para a adoção das estratégias dos 3R's no uso de embalagens plásticas. A análise revelou que, enquanto a Redução esbarra em resistências culturais e falta de alternativas no mercado, o Reuso exige transformações tecnológicas e mudança de mentalidade, sendo limitado por preocupações com a higiene e a praticidade. Já a Reciclagem, embora amplamente difundida, continua enfrentando entraves governamentais que comprometem sua eficácia. Esses resultados apontam para a urgência de ações coordenadas entre setor público, indústria e sociedade, que considerem as especificidades de cada prática e as diferentes responsabilidades envolvidas. A análise de sentimentos revelou, ainda, que essas barreiras geram frustrações e sentimentos negativos entre os consumidores, evidenciando um descompasso entre o desejo de adotar comportamentos sustentáveis e a realidade de um sistema que ainda carece de apoio e estrutura (Artigo 3).

Do ponto de vista científico, esta pesquisa contribui para o campo de investigação sobre consumo sustentável. Ao apresentar variáveis cognitivas, comportamentais e contextuais, o estudo avança na compreensão das dinâmicas que moldam o comportamento do consumidor. A proposta de classificações conceituais e a testagem empírica de mecanismos explicativos, com base na Teoria do Comportamento Planejado, na Frugalidade e na Consciência para Economia Circular, fornecem à literatura uma base replicável para futuros estudos. Assim, a pesquisa não apenas preenche lacunas teóricas identificadas na revisão, como também contribui para a evolução metodológica do campo, ao integrar abordagens quantitativas e qualitativas na investigação do comportamento sustentável.

Do ponto de vista social, os resultados obtidos oferecem subsídios para o desenvolvimento de programas educativos, campanhas de conscientização ambiental e políticas públicas. A identificação dos fatores que impulsionam ou limitam a prática dos 3R's

permite entender quais mensagens, formatos e intervenções são mais eficazes para promover mudanças de comportamento em larga escala. Além disso, ao evidenciar as barreiras enfrentadas por indivíduos, o estudo ressalta a importância de estratégias de apoio estruturais, como acesso a informações, sistemas de coleta seletiva mais eficientes e incentivos ao consumo responsável.

Do ponto de vista gerencial, as evidências apresentadas podem servir como guia estratégico para empresas que buscam alinhar suas operações aos valores dos consumidores. A compreensão dos fatores que influenciam o engajamento com os 3R's, como a Frugalidade e a Consciência para Economia Circular, permite o desenvolvimento de produtos, serviços e embalagens mais sustentáveis. Além disso, ao explorar a relação entre intenção e comportamento, a pesquisa ajuda as organizações a identificar oportunidades de inovação e reposicionamento, promovendo práticas comerciais que não apenas minimizam impactos negativos, mas também geram valor compartilhado entre empresa, consumidor e sociedade.

Contudo, os estudos também apresentam limitações, como a delimitação temática das palavras-chave utilizadas na revisão sistemática, o caráter pontual das pesquisas empíricas, cujos participantes não são acompanhados ao longo de um período de tempo e a ausência de análises contextuais mais aprofundadas. Tais restrições indicam caminhos importantes para pesquisas futuras, como a necessidade de explorar relações mediadoras e moderadoras entre as variáveis investigadas, realizar análises comparativas entre regiões ou perfis de consumidores, e avaliar os impactos de intervenções voltadas à mudança comportamental.

Conclui-se, portanto, que o avanço rumo a padrões de consumo sustentáveis dependerá da articulação entre teoria, prática e políticas públicas. Compreender e influenciar o comportamento de consumo sustentável exige um esforço colaborativo, capaz de integrar conhecimentos de diversas áreas. Apenas por meio dessa abordagem sistêmica será possível viabilizar, de forma eficaz e duradoura, a transição para o desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

- ABELIOTIS, K.; KONIARI, C.; SARDIANOU, E. The profile of the green consumer in Greece. *International Journal of Consumer Studies*, v. 34, n. 2, p. 153-160, 2010.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AKOMEA-FRIMPONG, I. et al. A bibliometric review of barriers to circular economy implementation in solid waste management. *Discover Environment*, v. 2, n. 1, p. 20, 2024.
- ALI, M. I.; CHOE, P. Independent user circular behaviors and their motivators and barriers: A review. *Sustainability*, v. 14, n. 20, p. 13319, 2022.
- ALLEGRI, E. et al. Life cycle assessment of resource recovery from municipal solid waste incineration bottom ash. *Journal of Environmental Management*, v. 151, p. 132-143, 2015.
- ALLISON, A. L. et al. Barriers and enablers to buying biodegradable and compostable plastic packaging. *Sustainability*, v. 13, n. 3, p. 1463, 2021.
- ALONSO-ALMEIDA, M. D. M. et al. Sustainable development and circular economy: The role of institutional promotion on circular consumption and market competitiveness from a multistakeholder engagement approach. *Business Strategy and the Environment*, v. 29, n. 6, p. 2803-2814, 2020.
- ANDERSON, T.; SARKAR, S.; KELLEY, R. Analyzing public sentiment on sustainability: A comprehensive review and application of sentiment analysis techniques. *Natural Language Processing Journal*, p. 100097, 2024.
- ARIJENIWA, V. F. et al. Closing the loop: A framework for tackling single-use plastic waste in the food and beverage industry through circular economy - a review. *Journal of Environmental Management*, v. 359, p. 120816, 2024.
- ARRUDA, E. H. et al. Circular economy: A brief literature review (2015–2020). *Sustainable Operations and Computers*, v. 2, p. 79-86, 2021.
- ASIF, M. H. et al. Assessing eco-label knowledge and sustainable consumption behavior in energy sector of Pakistan: an environmental sustainability paradigm. *Environmental Science and Pollution Research*, v. 30, n. 14, p. 41319-41332, 2023.
- AWAIS, M. et al. Unfolding the association between the big five, frugality, e-mavenism, and sustainable consumption behavior. *Sustainability*, v. 12, n. 2, p. 490, 2020.

- AYAR, I.; GÜRBÜZ, A. Sustainable consumption intentions of consumers in Turkey: a research within the theory of planned behavior. *SAGE Open*, v. 11, n. 3, p. 21582440211047563, 2021.
- AYATI, S. M. et al. Toward a circular supply chain: Understanding barriers from the perspective of recovery approaches. *Journal of Cleaner Production*, v. 359, p. 131775, 2022.
- BAIRD, H. M.; MEADE, K.; WEBB, T. L. This has already been used! A paradigm to measure the point at which people become unwilling to use reusable containers. *Journal of Cleaner Production*, v. 363, p. 132321, 2022.
- BANYTÉ, J. et al. Sustainable consumption behavior at home and in the workplace: Avenues for innovative solutions. *Sustainability*, v. 12, n. 16, p. 6564, 2020.
- BARR, S. Factors influencing environmental attitudes and behaviors: A UK case study of household waste management. *Environment and Behavior*, v. 39, n. 4, p. 435-473, 2007.
- BATTOOL, A. et al. Do fear and perceived knowledge of Covid-19 drive sustainable consumption behaviour in Muslims? The mediating role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, v. 14, n. 7, p. 1645-1668, 2023.
- BEITZEN-HEINEKE, E. F.; BALTA-OZKAN, N.; REEFKE, H. The prospects of zero-packaging grocery stores to improve the social and environmental impacts of the food supply chain. *Journal of Cleaner Production*, v. 140, p. 1528–1541, 2017.
- BERTASSINI, A. C. et al. Circular economy and sustainability: The role of organizational behaviour in the transition journey. *Business Strategy and the Environment*, v. 30, n. 7, p. 3160-3193, 2021.
- BISWAS, A.; ROY, M. Green products: an exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, v. 87, p. 463-468, 2015.
- BRADLEY, C. G.; CORSINI, L. A literature review and analytical framework of the sustainability of reusable packaging. *Sustainable Production and Consumption*, v. 37, p. 126-141, 2023.
- BRAZ, A. C. et al. The bullwhip effect in closed-loop supply chains: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, v. 202, p. 376-389, 2018.
- BUI, T. D. et al. Building a hierarchical sustainable consumption behavior model in qualitative information: consumer behavior influences on social impacts and environmental responses. *Sustainability*, v. 14, n. 16, p. 9877, 2022.
- BULUT, Z. A.; KÖKALAN ÇIMRIN, F.; DOĞAN, O. Gender, generation and sustainable consumption: Exploring the behaviour of consumers from Izmir, Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, v. 41, n. 6, p. 597-604, 2017.

- CALDERON-MONGE, E.; PASTOR-SANZ, I.; GARCIA, F. J. S. Analysis of sustainable consumer behavior as a business opportunity. *Journal of Business Research*, v. 120, p. 74-81, 2020.
- CAMACHO-OTERO, J.; BOKS, C.; PETTERSEN, I. N. Consumption in the circular economy: A literature review. *Sustainability*, v. 10, n. 8, p. 2758, 2018.
- ČAPIENĚ, A.; RŮTELIONĚ, A.; KRUKOWSKI, K. Engaging in sustainable consumption: exploring the influence of environmental attitudes, values, personal norms, and perceived responsibility. *Sustainability*, v. 14, n. 16, p. 10290, 2022.
- CARRETE, L. et al. Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility. *Journal of consumer marketing*, v. 29, n. 7, p. 470-481, 2012.
- CASTRO, C. G. et al. The rebound effect of circular economy: Definitions, mechanisms and a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, v. 345, p. 131136, 2022.
- CEGLIA, D.; DE OLIVEIRA LIMA, S. H.; LEOCÁDIO, Á. L. An alternative theoretical discussion on cross-cultural sustainable consumption. *Sustainable Development*, v. 23, n. 6, p. 414-424, 2015.
- CHANG, C. T.; HUNG, M. F. Mind the gap: Analyzing factors associated with consumers' single-use product reduction. *Sustainable Production and Consumption*, v. 36, p. 75-87, 2023.
- CHEN, M.-F. Integrating the extended theory of planned behavior model and the food-related routines to explain food waste behavior. *British Food Journal*, v. 125, n. 2, p. 645-661, 2023.
- COHEN, Jacob. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. routledge, 2013.
- COOPER, D. R.; GUTOWSKI, T. G. The environmental impacts of reuse: a review. *Journal of industrial ecology*, v. 21, n. 1, p. 38-56, 2017.
- CORRAL-VERDUGO, V.; PATO, C.; TORRES-SOTO, N. Testing a tridimensional model of sustainable behavior: self-care, caring for others, and caring for the planet. *Environment, Development and Sustainability*, p. 1-16, 2021.
- COSTA, F. D. *Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011. p. 90-106.
- CSORBA, L. M.; VĂDUVA, F.; GHERGUȚ, D. I. The electrical and electronic products consumers' sustainable behaviour in the context of consolidating their fundamental rights. *Amfiteatru Economic*, v. 25, n. 62, p. 28-47, 2023.
- DANGELICO, R. M.; SCHIAROLI, V.; FRACCASCIA, L. Is Covid-19 changing sustainable consumer behavior? A survey of Italian consumers. *Sustainable Development*, 2022.

DAVID LEE, J. et al. Sustainable and non-sustainable consumer behavior in young adults. *Young Consumers*, v. 17, n. 1, p. 78-93, 2016.

DE AGUIAR, L. K.; MANNING, L. The role of informal and semi-formal waste recycling activities in a reverse logistics model of alternative food networks. In: *Food Supply Chains in Cities: Modern Tools for Circularity and Sustainability*. Cham: Springer International Publishing, 2020. p. 145-169.

DE CARVALHO, B. L.; DE FÁTIMA SALGUEIRO, M.; RITA, P. Consumer Sustainability Consciousness: A five dimensional construct. *Ecological Indicators*, v. 58, p. 402-410, 2015.

DE LAS HERAS, A. et al. Analysis of the evolution of the sharing economy towards sustainability: trends and transformations of the concept. *Journal of Cleaner Production*, v. 291, p. 125227, 2021.

DIMITROVA, T.; ILIEVA, I.; ANGELOVA, M. Exploring factors affecting sustainable consumption behaviour. *Administrative Sciences*, v. 12, n. 4, p. 155, 2022.

DING, Z. et al. Determinants of contractor's construction and demolition waste recycling intention in China: Integrating theory of planned behavior and norm activation model. *Waste Management*, v. 161, p. 213-224, 2023.

DOKL, M. et al. Global projections of plastic use, end-of-life fate and potential changes in consumption, reduction, recycling and replacement with bioplastics to 2050. *Sustainable Production and Consumption*, v. 51, p. 498-518, 2024.

DUGLIO, S.; MASCADRI, G.; SALOTTI, G. Airbnb and mountain tourism destinations: Evidence from an inner area in the Italian Alps. *Sustainability*, v. 16, n. 13, p. 5593, 2024.

DULAM, R.; FURUTA, K.; KANNO, T. Quantitative decision-making model to analyze the post-disaster consumer behavior. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, v. 61, p. 102329, 2021.

ELHOUSHY, S.; LANZINI, P. Factors affecting sustainable consumer behavior in the MENA region: A systematic review. *Journal of International Consumer Marketing*, v. 33, n. 3, p. 256-279, 2021.

EVERS, U. et al. Exploring materialism and frugality in determining product end-use consumption behaviors. *Psychology & Marketing*, v. 35, n. 12, p. 948-956, 2018.

FATOKI, O. Antecedents of workplace energy saving behaviour: An integration of the theory of planned behaviour and norm activation model. *International Journal of Energy Economics and Policy*, v. 13, n. 4, p. 394-403, 2023.

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, v. 18, n. 1, p. 39-50, 1981.

GANGLMAIR-WOOLISCROFT, A.; WOOLISCROFT, B. An investigation of sustainable consumption behavior systems – Exploring personal and socio-structural characteristics in different national contexts. *Journal of Business Research*, v. 148, p. 161-173, 2022.

GEIGER, S. M.; FISCHER, D.; SCHRADER, U. Measuring what matters in sustainable consumption: An integrative framework for the selection of relevant behaviors. *Sustainable Development*, v. 26, n. 1, p. 18-33, 2018.

GEISSDOERFER, M. et al. The Circular Economy—A new sustainability paradigm?. *Journal of cleaner production*, v. 143, p. 757-768, 2017.

GEORGANTZIS GARCIA, D. et al. Consumption in the circular economy: Learning from our mistakes. *Sustainability*, v. 13, n. 2, p. 601, 2021.

GEYER, R.; JAMBECK, J. R.; LAW, K. L. Production, use, and fate of all plastics ever made. *Science advances*, v. 3, n. 7, p. e1700782, 2017.

GIBSON, K. E. et al. Integrating the theory of planned behavior and motivation to explore residential water-saving behaviors. *Water*, v. 15, n. 17, p. 3034, 2023.

GOMES, A. R.; LAZARO, J. C.; LEOCADIO, A. Should I reuse it or throw it out? Analysis of the management of household plastic waste by Brazilian consumers during the COVID-19 pandemic through practice lens. *Sustainability*, v. 14, n. 14, p. 8512, 2022.

GOMES, G. M.; MOREIRA, N.; OMETTO, A. R. Role of consumer mindsets, behaviour, and influencing factors in circular consumption systems: A systematic review. *Sustainable Production and Consumption*, v. 32, p. 1-14, 2022.

GONELLA, J. D. S. L. et al. Towards a regenerative economy: An innovative scale to measure people's awareness of the circular economy. *Journal of Cleaner Production*, v. 421, p. 138390, 2023.

GRAFSTRÖM, J. Decoding the barriers for a circular plastics industry: An equation framework. *Sustainable Production and Consumption*, 2025.

GREENWOOD, S. C. et al. Many Happy Returns: Combining insights from the environmental and behavioural sciences to understand what is required to make reusable packaging mainstream. *Sustainable Production and Consumption*, v. 27, p. 1688-1702, 2021.

HAFSA, F. et al. A typology and assessment of innovations for circular plastic packaging. *Journal of Cleaner Production*, v. 369, p. 133313, 2022.

HAIR, J. F. et al. *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

HAIR, J. F. et al. When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, v. 31, n. 1, p. 2-24, 2019.

HAIR JR, F.; GABRIEL, M. L.; PATEL, V. K. AMOS covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): Guidelines on its application as a marketing research tool. *REMark: Revista Brasileira de Marketing*, v. 13, n. 2, 2014.

HAN, H. Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Sustainable consumer behaviour and the environment*, p. 1-22, 2021.

HAN, H.; HSU, L.-T. J.; SHEU, C. Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, v. 31, n. 3, p. 325-334, 2010.

HARTMANN, Christina et al. Measuring consumers' knowledge of the environmental impact of foods. *Appetite*, v. 167, p. 105622, 2021.

HASAN, S. N. M. S.; HARUN, R.; HOCK, L. K. Application of theory of planned behavior in measuring the behavior to reduce plastic consumption among students at Universiti Putra Malaysia, Malaysia. *Procedia Environmental Sciences*, v. 30, p. 195-200, 2015.

HEIDBREDER, L. M. et al. Tackling the plastic problem: A review on perceptions, behaviors, and interventions. *Science of the Total Environment*, v. 668, p. 1077-1093, 2019.

HENRIQUES, R.; FIGUEIREDO, F.; NUNES, J. Consumers' perspectives on circular economy: Main tendencies for market valorization. *Sustainability*, v. 15, n. 19, p. 14292, 2023.

HODGSON, S. et al. Circular economy beyond manufacturing: Exploring the challenges and opportunities for circularity in the hairdressing industry. *Sustainable Production and Consumption*, 2024.

HONKANEN, P.; YOUNG, J. A. What determines British consumers' motivation to buy sustainable seafood?. *British Food Journal*, v. 117, n. 4, p. 1289-1302, 2015.

HOSTA, M.; ZABKAR, V. Antecedents of environmentally and socially responsible sustainable consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, v. 171, n. 2, p. 273-293, 2021.

HU, L. T.; BENTLER, P. M. Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, v. 3, n. 4, p. 424, 1998.

HUANG, B. et al. Construction and demolition waste management in China through the 3R principle. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 129, p. 36-44, 2018.

HUR, E.; FARAGHER-SIDDALL, E. Young consumer perspectives on government policy interventions for sustainable fashion consumption in the UK. *Fashion Practice*, v. 14, n. 3, p. 405-427, 2022.

- JACOBSEN, L. F.; PEDERSEN, S.; THØGERSEN, J. Drivers of and barriers to consumers' plastic packaging waste avoidance and recycling—A systematic literature review. *Waste Management*, v. 141, p. 63-78, 2022.
- JANG, J.; KANG, J. CnSR: Exploring Consumer Social Responsibility Using Machine Learning-Based Topic Modeling with Natural Language Processing. *Sustainability*, v. 16, n. 1, p. 197, 2023.
- JIA, Q. et al. What determines plastic recycling intention and behavior of consumers in megacities of emerging economies? Evidence from Shanghai, China and Mumbai, India. *Journal of Cleaner Production*, v. 469, p. 143219, 2024.
- JOHANSEN, M. R. et al. A review of the plastic value chain from a circular economy perspective. *Journal of Environmental Management*, v. 302, p. 113975, 2022.
- JOHNSON, H. et al. Reforming plastic packaging regulation: Outcomes from stakeholder interviews and regulatory analysis. *Sustainable Production and Consumption*, v. 54, p. 52-63, 2025.
- JOO, Y. K.; KIM, Y. Engineering researchers' data reuse behaviours: A structural equation modelling approach. *The Electronic Library*, v. 35, n. 6, p. 1141-1161, 2017.
- JOSHI, Y.; YADAV, R.; SHANKAR, A. The interplay of emotional value, trend affinity and past practices in sustainable consumption: an application of theory of reciprocal determinism. *Journal of Strategic Marketing*, p. 1-19, 2021.
- JULIANA, Natasha et al. Exploring determinants shaping recycling behavior using an extended theory of planned behavior model: An empirical study of households in sabah, Malaysia. *Sustainability*, v. 14, n. 8, p. 4628, 2022.
- JUNG, H. J.; CHOI, Y. J.; OH, K. W. Influencing factors of Chinese consumers' purchase intention to sustainable apparel products: Exploring consumer "attitude-behavioral intention" gap. *Sustainability*, v. 12, n. 5, p. 1770, 2020.
- JUNG, H. J.; OH, K. W. Exploring the sustainability concepts regarding leather apparel in China and South Korea. *Sustainability*, v. 11, n. 19, p. 5389, 2019.
- KABASAKAL-CETIN, A. Association between eco-anxiety, sustainable eating and consumption behaviors and the EAT-Lancet diet score among university students. *Food Quality and Preference*, v. 111, p. 104972, 2023.
- KABIRIFAR, K. et al. Construction and demolition waste management contributing factors coupled with reduce, reuse, and recycle strategies for effective waste management: A review. *Journal of cleaner production*, v. 263, p. 121265, 2020.

- KADIC-MAGLAJLIC, S. et al. Being engaged is a good thing: Understanding sustainable consumption behavior among young adults. *Journal of business research*, v. 104, p. 644-654, 2019.
- KARA, A.; MIN, M. K. Gen Z consumers' sustainable consumption behaviors: influencers and moderators. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, v. 25, n. 1, p. 124-142, 2024.
- KAUR, T.; LUCHS, M. G. Mindfulness enhances the values that promote sustainable consumption. *Psychology & Marketing*, v. 39, n. 5, p. 990-1006, 2022.
- KIRCHHERR, J.; REIKE, D.; HEKKERT, M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 127, p. 221-232, 2017.
- KLUG, K.; NIEMAND, T. The lifestyle of sustainability: Testing a behavioral measure of precycling. *Journal of Cleaner Production*, v. 297, p. 126699, 2021.
- KREUZER, C. et al. Shedding light on realized sustainable consumption behavior and perceived barriers of young adults for creating stimulating teaching–learning situations. *Sustainability*, v. 11, n. 9, p. 2587, 2019.
- KRISTIA, K.; KOVÁCS, S.; LÁSZLÓ, E. Food delivery platform and food waste: Deciphering the role of promotions, knowledge, and subjective norms among Indonesian generation Z. *Cleaner and Responsible Consumption*, v. 11, p. 100152, 2023.
- LANG, C.; ARMSTRONG, C. M. J. Collaborative consumption: The influence of fashion leadership, need for uniqueness, and materialism on female consumers' adoption of clothing renting and swapping. *Sustainable Production and Consumption*, v. 13, p. 37-47, 2018.
- LANG, C.; ZHANG, R. Motivators of circular fashion: the antecedents of Chinese consumers' fashion renting intentions. *Sustainability*, v. 16, n. 5, p. 2184, 2024.
- LASKAR, N.; KUMAR, U. Plastics and microplastics: A threat to environment. *Environmental Technology & Innovation*, v. 14, p. 100352, 2019.
- LAU, C. C.; WONG, C. W. Achieving sustainable development with sustainable packaging: A natural-resource-based view perspective. *Business Strategy and the Environment*, v. 33, n. 5, p. 4766-4787, 2024.
- LAWLEY, M. et al. The role of seafood sustainability knowledge in seafood purchase decisions. *British Food Journal*, v. 121, n. 10, p. 2337-2350, 2019.
- LEE, S. H. M. When are frugal consumers not frugal? The influence of personal networks. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 30, p. 1-7, 2016.
- LESLIE, C. M. et al. Shifting the balance among the 'Three Rs of Sustainability:' What motivates reducing and reusing? *Sustainability*, v. 13, n. 18, p. 10093, 2021.

- LIANG, J.; GUO, L. Gratitude and sustainable consumer behavior: A moderated mediation model of time discounting and connectedness to the future self. *Psychology & Marketing*, v. 38, n. 8, p. 1238-1249, 2021.
- LIM, E.; ARITA, S.; JOUNG, S. Advancing Sustainable Consumption in Korea and Japan - From Re-Orientation of Consumer Behavior to Civic Actions. *Sustainability*, v. 11, n. 23, p. 6683, 2019.
- LIMA, L. et al. Sustainability in the construction industry: A systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, v. 289, p. 125730, 2021.
- LIMA, P. A. B. et al. From green advertising to sustainable behavior: a systematic literature review through the lens of value-belief-norm framework. *International Journal of Advertising*, p. 1-44, 2023.
- LIMA, L. R.; GUTIERREZ, R. F.; CRUZ, S. A. A perspective of the COVID-19 pandemic in the plastic waste management and cooperatives of waste pickers in Brazil. *Circular Economy and Sustainability*, v. 2, n. 3, p. 903-913, 2022.
- LIN, Ying-Tzu et al. A value adoption approach to sustainable consumption in retail stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v. 50, n. 11, p. 1412-1435, 2022.
- LIU, Yue et al. Understanding the evolution of sustainable consumption research. *Sustainable Development*, v. 25, n. 5, p. 414-430, 2017.
- LIU, Zhuling et al. Predicting recycling intention in New York state: The impact of cognitive and social factors. *Environmental Development*, v. 43, p. 100712, 2022.
- LUCHS, M. G.; MOORADIAN, T. A. Sex, personality, and sustainable consumer behaviour: Elucidating the gender effect. *Journal of Consumer Policy*, v. 35, n. 1, p. 127-144, 2012.
- MA, X.; PARK, C.; MOULTRIE, J. Factors for eliminating plastic in packaging: The European FMCG experts' view. *Journal of Cleaner Production*, v. 256, p. 120492, 2020.
- MANCINI, P.; MARCHINI, A.; SIMEONE, M. Which are the sustainable attributes affecting the real consumption behaviour? Consumer understanding and choices. *British Food Journal*, v. 119, n. 8, p. 1839-1853, 2017.
- MANDARIĆ, D.; HUNJET, A.; VUKOVIĆ, D. The impact of fashion brand sustainability on consumer purchasing decisions. *Journal of Risk and Financial Management*, v. 15, n. 4, p. 176, 2022.
- MARTINEZ, Carmelita P. et al. Effects of institutions on ecological attitudes and behaviour of consumers in a developing Asian country: the case of the Philippines. *International journal of consumer studies*, v. 39, n. 6, p. 575-585, 2015.

- MARZOUK, O. A.; MAHROUS, A. A. Sustainable consumption behavior of energy and water-efficient products in a resource-constrained environment. *Journal of Global Marketing*, v. 33, n. 5, p. 335-353, 2020.
- MASUM, M. M. H. et al. Challenges and prospects for the substitution of plastic products with jute in the context of Bangladesh—a social study. *Environmental Science and Pollution Research*, p. 1-21, 2025.
- MATHARU, M.; JAIN, R.; KAMBOJ, S. Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: A sharing economy perspective. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, v. 32, n. 1, p. 20-40, 2020.
- MENGISTU, A. T. et al. Sustainable product design factors: A comprehensive analysis. *Journal of Cleaner Production*, v. 463, p. 142260, 2024.
- METTA, J.; ROUSSEAU, S. Towards circular consumer behavior: Analysis of discount schemes on coffee cup use. *Journal of Environmental Management*, v. 374, p. 124055, 2025.
- MILFONT, T. L.; MARKOWITZ, E. Sustainable consumer behavior: A multilevel perspective. *Current Opinion in Psychology*, v. 10, p. 112-117, 2016.
- MINH, T. C.; QUYNH, N. N. T. Factors affecting sustainable consumption behavior: Roles of pandemics and perceived consumer effectiveness. *Cleaner and responsible consumption*, v. 12, p. 100158, 2024.
- MOHAMMED, M. et al. Modeling of 3R (reduce, reuse and recycle) for sustainable construction waste reduction: A partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Sustainability*, v. 13, n. 19, p. 10660, 2021.
- MOHAN, J. et al. Mapping 3R and circular economy policy implementation in Asia and the Pacific. *Circular Economy and Sustainability*, v. 4, n. 1, p. 671-692, 2024.
- MUIÑOS, G. et al. Frugality and psychological wellbeing. The role of voluntary restriction and the resourceful use of resources/Frugalidad y bienestar psicológico. El papel de la restricción voluntaria y el uso ingenioso de recursos. *Psycology*, v. 6, n. 2, p. 169-190, 2015.
- MÜLLER, A.; SÜßBAUER, E. Disposable but indispensable: The role of packaging in everyday food consumption. *European Journal of Cultural and Political Sociology*, v. 9, n. 3, p. 299-325, 2022.
- NCUBE, L. K. et al. An overview of plastic waste generation and management in food packaging industries. *Recycling*, v. 6, n. 1, p. 12, 2021.
- NURFIKRI, A. Sentiment Analysis Telemedicine Apps Reviews Using NVIVO. In: *Proceedings*, v. 83, n. 1, p. 4, Dec. 2022.

OTENG-PEPRAH, M.; DE VRIES, N.; ACHEAMPONG, M. A. Households' willingness to adopt greywater treatment technologies in a developing country—Exploring a modified theory of planned behaviour (TPB) model including personal norm. *Journal of Environmental Management*, v. 254, p. 109807, 2020.

OTTO, S. et al. Food packaging and sustainability—Consumer perception vs. correlated scientific facts: A review. *Journal of Cleaner Production*, v. 298, p. 126733, 2021.

PAETZ, F. Recommendations for sustainable brand personalities: An empirical study. *Sustainability*, v. 13, n. 9, p. 4747, 2021.

PALETTA, A. et al. Barriers and challenges to plastics valorisation in the context of a circular economy: Case studies from Italy. *Journal of Cleaner Production*, v. 241, p. 118149, 2019.

PARAJULY, K. et al. Behavioral change for the circular economy: A review with focus on electronic waste management in the EU. *Resources, Conservation & Recycling: X*, v. 6, p. 100035, 2020.

PIMDEE, P. Antecedents of Thai student teacher sustainable consumption behavior. *Heliyon*, v. 6, n. 8, 2020.

PIRAMANAYAGAM, S.; SEN, S.; SEAL, P. P. Sustainable consumption behaviour among guests in luxury hotels through the lens of the extended theory of planned behaviour. *Environment, Development and Sustainability*, p. 1-17, 2023.

QASIM, H. et al. The defining role of environmental self-identity among consumption values and behavioral intention to consume organic food. *International journal of environmental research and public health*, v. 16, n. 7, p. 1106, 2019.

QIN, B.; SONG, G. Internal motivations, external contexts, and sustainable consumption behavior in China—Based on the TPB-ABC integration model. *Sustainability*, v. 14, n. 13, p. 7677, 2022.

QUOQUAB, F.; MOHAMMAD, J. Cognitive, affective and conative domains of sustainable consumption: Scale development and validation using confirmatory composite analysis. *Sustainability*, v. 12, n. 18, p. 7784, 2020.

QUOQUAB, F.; MOHAMMAD, J.; SUKARI, N. N. A multiple-item scale for measuring “sustainable consumption behaviour” construct: Development and psychometric evaluation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, v. 31, n. 4, p. 791-816, 2019.

RAIMONDO, M. et al. Plastic-free behavior of millennials: An application of the theory of planned behavior on drinking choices. *Waste Management*, v. 138, p. 253-261, 2022.

RATNER, S. et al. Barriers of consumer behavior for the development of the circular economy: Empirical evidence from Russia. *Applied Sciences*, v. 11, n. 1, p. 46, 2020.

- RAZZAQ, Z. et al. The impact of utilitarian and hedonistic shopping values on sustainable fashion consumption: The moderating role of religiosity. *Global Business Review*, v. 19, n. 5, p. 1224-1239, 2018.
- RENZI, M. F. et al. Agenda 2030 and COVID-19: a young consumer's perception of sustainable consumption. *Sustainability*, v. 14, n. 23, p. 15627, 2022.
- RIBEIRO, J. D. A.; VEIGA, R. T.; HIGUCHI, A. K. Personality traits and sustainable consumption. *Revista Brasileira De Marketing*, v. 15, n. 3, 2016.
- RINGLE, C.; DA SILVA, D.; BIDO, D. Structural equation modeling with the SmartPLS. *Brazilian Journal Of Marketing*, v. 13, n. 2, 2015.
- ROTIMI, E. O. O. et al. Predictors of consumers' behaviour to recycle end-of-life garments in Australia. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, v. 27, n. 2, p. 262-286, 2023.
- ROY, S. K. Green university initiatives and undergraduates' reuse intention for environmental sustainability: The moderating role of environmental values. *Environmental Challenges*, v. 13, p. 100797, 2023.
- SALEHI, S.; TELEŠIENĖ, A.; PAZOKINEJAD, Z. Socio-cultural determinants and the moderating effect of gender in adopting sustainable consumption behavior among university students in Iran and Japan. *Sustainability*, v. 13, n. 16, p. 8955, 2021.
- ŠÁLKOVÁ, D.; HES, A.; KUČERA, P. Sustainable Consumer Behavior: The Driving Force of Innovation in Retail. *Sustainability*, v. 15, n. 24, p. 16648, 2023.
- SAURA, J. R.; PALOS-SANCHEZ, P.; GRILO, A. Detecting indicators for startup business success: Sentiment analysis using text data mining. *Sustainability*, v. 11, n. 3, p. 917, 2019.
- SCALCO, A. et al. Predicting organic food consumption: A meta-analytic structural equation model based on the theory of planned behavior. *Appetite*, v. 112, p. 235-248, 2017.
- SCHNEEGANS, S.; LEWIS, J.; STRAZA, T. *The race against time for smarter development*. Paris: UNESCO, 2021.
- SCHRANK, J. et al. Factors of food waste reduction underlying the extended theory of planned behavior: A study of consumer behavior towards the intention to reduce food waste. *Resources*, v. 12, n. 8, p. 93, 2023.
- ŞENER, A.; HAZER, O. Values and sustainable consumption behavior of women: a Turkish sample. *Sustainable Development*, v. 16, n. 5, p. 291-300, 2008.
- SESINI, G.; CASTIGLIONI, C.; LOZZA, E. New trends and patterns in sustainable consumption: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, v. 12, n. 15, p. 5935, 2020.

SHABNAM, S. et al. Consumer belief system and pro-environmental purchase intention: Does psychological distance intervene?. *Journal of Cleaner Production*, v. 327, p. 129403, 2021.

SHAMSUDDOHA, M.; KASHEM, M. A. Zero plastic drive: A comprehensive review on unveiling innovative sustainable solutions for a circular plastics economy. *Sustainability*, v. 16, n. 23, p. 10329, 2024.

SHAO, J. Sustainable consumption in China: New trends and research interests. *Business Strategy and the Environment*, v. 28, n. 8, p. 1507-1517, 2019.

SHAO, J.; TAISCH, M.; MIER, M. O. Influencing factors to facilitate sustainable consumption: from the experts' viewpoints. *Journal of Cleaner Production*, v. 142, p. 203-216, 2017.

SHARMA, R.; JHA, M. Values influencing sustainable consumption behaviour: Exploring the contextual relationship. *Journal of Business Research*, v. 76, p. 77-88, 2017.

SHEORAN, M.; KUMAR, D. Benchmarking the barriers of sustainable consumer behaviour. *Social Responsibility Journal*, v. 18, n. 1, p. 19-42, 2020a.

SHEORAN, M.; KUMAR, D. Modelling the enablers of sustainable consumer behaviour towards electronic products. *Journal of Modelling in Management*, 2020b.

SHEORAN, M.; KUMAR, D. Conceptualisation of sustainable consumer behaviour: converging the theory of planned behaviour and consumption cycle. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, v. 17, n. 1, p. 103-135, 2022a.

SHIN, J. Y. et al. Mindful Choices: Unveiling the Driving Factors behind Consumers' Intention to Reduce Single-Use Plastic Utensils. *Sustainability*, v. 16, n. 2, p. 710, 2024..

SIA, J. K. M.; HIL, I. S.; HO, J. M. COVID-19 and sustainable environment: Understanding higher education students' willingness to pay more for food delivery containers. *Kybernetes*, v. 52, n. 7, p. 2488-2506, 2023.

SIJTSEMA, S. J. et al. Let's talk about circular economy: A qualitative exploration of consumer perceptions. *Sustainability*, v. 12, n. 1, p. 286, 2019.

SIMPSON, D. et al. Consumer motivation for product disposal and its role in acquiring products for reuse. *Journal of Operations Management*, v. 65, n. 7, p. 612-635, 2019.

SONKUSARE, S.; SHASTRI, Y. A systemic evaluation of reuse, recycling, and reduction strategies in the circular economy for global sustainability using an integrated planetary model. *Circular Economy and Sustainability*, p. 1-24, 2025.

SONNENBERG, N. C. et al. Apparel disposal in the South African emerging market context: Exploring female consumers' motivation and intent to donate post-consumer textile waste. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 182, p. 106311, 2022.

ŠOSTAR, M.; RISTANOVIĆ, V. An Assessment of the Impact of the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior Using the Analytic Hierarchy Process Model. *Sustainability*, v. 15, n. 20, p. 15104, 2023.

SOYER, M.; DITTRICH, K. Sustainable consumer behavior in purchasing, using and disposing of clothes. *Sustainability*, v. 13, n. 15, p. 8333, 2021.

STANCA, L.; DABIJA, D. C.; CÂMPIAN, V. Qualitative analysis of customer behavior in the retail industry during the COVID-19 pandemic: A word-cloud and sentiment analysis approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 75, p. 103543, 2023.

STÖBER, L. F.; SOMMER, D.; EBERSBERGER, B. The impact of frugal innovation on sustainability: A systematic literature review. *International Journal of Innovation Management*, v. 26, n. 08, p. 2230002, 2022.

SU, M. et al. Sustainable marketing innovation and consumption: Evidence from cold chain food online retail. *Journal of cleaner production*, v. 340, p. 130806, 2022.

SUÁREZ, E. et al. Determinants of frugal behavior: the influences of consciousness for sustainable consumption, materialism, and the consideration of future consequences. *Frontiers in Psychology*, v. 11, p. 567752, 2020.

TALWAR, S. et al. What drives willingness to purchase and stated buying behavior toward organic food? A Stimulus–Organism–Behavior–Consequence (SOBC) perspective. *Journal of Cleaner Production*, v. 293, p. 125882, 2021.

TAN, K. L.; LEE, C. P.; LIM, K. M. A survey of sentiment analysis: Approaches, datasets, and future research. *Applied Sciences*, v. 13, n. 7, p. 4550, 2023.

THIEME, J. et al. Factors affecting the relationship between environmental concern and behaviors. *Marketing Intelligence & Planning*, v. 33, n. 5, p. 675-690, 2015.

T'ING, L. C. et al. Determinants of 3Rs behaviour in plastic usage: A study among Malaysians. *Heliyon*, v. 6, n. 12, 2020.

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, v. 14, n. 3, p. 207-222, 2003.

TRUDEL, R. Sustainable consumer behavior. *Consumer Psychology Review*, v. 2, n. 1, p. 85-96, 2019.

TRUELOVE, H. B. et al. Reducing single-use plastic on college campuses: Theory of planned behavior-based brief interventions. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, v. 4, p. 100098, 2023.

TUNN, V. SC. et al. Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study. *Journal of cleaner production*, v. 212, p. 324-333, 2019.

TURUNEN, L. L. M.; HALME, M. Communicating actionable sustainability information to consumers: The Shades of Green instrument for fashion. *Journal of Cleaner Production*, v. 297, p. 126605, 2021.

UKENNA, S. I.; NKAMNEBE, A. D. Sustainable consumption behavior in Sub-Saharan Africa: a conceptual framework. *Thunderbird International Business Review*, v. 59, n. 1, p. 33-50, 2017.

UKENNA, S. I.; IDOKO, E. C.; OGBARI, M. E. Drivers of sustainable consumption in a developing Sub-Saharan African setting: Nigerian academic staff perspective. *International Journal of Sustainable Society*, v. 10, n. 3, p. 203-224, 2018.

UKENNA, S.; NKAMNEBE, A.; IDOKO, E. Inhibitors of sustainable consumption: Insights from university academic staff in southern Nigeria. *Sustainable Development*, v. 27, n. 1, p. 96-108, 2019.

VAN OOSTERHOUT, L. et al. Triggering sustainable plastics consumption behavior: Identifying consumer profiles across Europe and designing strategies to engage them. *Sustainable Production and Consumption*, v. 36, p. 148-160, 2023.

VAN, Lee et al. Factors of single use plastic reduction behavioral intention. *Emerging Science Journal*, v. 5, n. 3, p. 269-278, 2021.

VANTAMAY, N. Investigation and recommendations on the promotion of sustainable consumption behavior among young consumers in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, v. 39, n. 1, p. 51-58, 2018.

VARGAS-MERINO, J. A.; RIOS-LAMA, C. A.; PANEZ-BENDEZÚ, M. H. Sustainable consumption: conceptualization and characterization of the complexity of “being” a sustainable consumer—a systematic review of the scientific literature. *Sustainability*, v. 15, n. 10, p. 8401, 2023.

VARKEY, Priyanka S.; WALKER, Tony R.; SAUNDERS, Sarah J. Identifying barriers to reducing single-use plastic use in a coastal metropolitan city in Canada. *Ocean & Coastal Management*, v. 210, p. 105663, 2021.

VESPESTAD, M. K.; CLANCY, Anne. Exploring the use of content analysis methodology in consumer research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 59, p. 102427, 2021.

- VIGHNESH, N. V. et al. How cultural values influence sustainable consumption behavior? An empirical investigation in a non-Western context. *Sustainable Development*, v. 31, n. 2, p. 990-1007, 2023.
- VIMAL, K. E. K. et al. Analysis of barriers that impede the elimination of single-use plastic in developing economy context. *Journal of Cleaner Production*, v. 272, p. 122629, 2020.
- WANG, H. et al. The unexpected effect of frugality on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 59, p. 102385, 2021.
- WANG, H. et al. Why does frugality influence the recycling intention of waste materials?. *Frontiers in Psychology*, v. 13, p. 952010, 2023.
- WANG, J.; WU, L. The impact of emotions on the intention of sustainable consumption choices: Evidence from a big city in an emerging country. *Journal of Cleaner Production*, v. 126, p. 325-336, 2016.
- WANG, P.; LIU, Q.; QI, Y. Factors influencing sustainable consumption behaviors: A survey of the rural residents in China. *Journal of Cleaner Production*, v. 63, p. 152-165, 2014.
- WANG, Y. et al. Unraveling customer sustainable consumption behaviors in sharing economy: A socio-economic approach based on social exchange theory. *Journal of Cleaner Production*, v. 208, p. 869-879, 2019.
- WANKHADE, M.; RAO, A. C. S.; KULKARNI, C. A survey on sentiment analysis methods, applications, and challenges. *Artificial Intelligence Review*, v. 55, n. 7, p. 5731-5780, 2022.
- WATKINS, L.; AITKEN, R.; MATHER, D. Conscientious consumers: a relationship between moral foundations, political orientation and sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, v. 134, p. 137-146, 2016.
- WEBER, H. et al. Connecting consumers to producers to foster sustainable consumption in international coffee supply—a marketing intervention study. *Journal of Marketing Management*, v. 37, n. 11-12, p. 1148-1168, 2021.
- WHITE, K.; SIMPSON, B. When do (and don't) normative appeals influence sustainable consumer behaviors. *Journal of Marketing*, v. 77, n. 2, p. 78-95, 2013.
- WHITE, K.; HABIB, R.; HARDISTY, D. J. How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, v. 83, n. 3, p. 22-49, 2019.
- WICHAI-UTCHA, N.; CHAVALPARIT, O. 3Rs Policy and plastic waste management in Thailand. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, v. 21, p. 10-22, 2019.
- WIEFEK, J.; STEINHORST, J.; BEYERL, K. Personal and structural factors that influence individual plastic packaging consumption—Results from focus group discussions with German consumers. *Cleaner and Responsible Consumption*, v. 3, p. 100022, 2021.
- WU, C. S.; ZHOU, X. X.; SONG, M. Sustainable consumer behavior in China: An empirical analysis from the Midwest regions. *Journal of Cleaner Production*, v. 134, p. 147-165, 2016.

YAN, L.; KEH, H. T.; MURRAY, K. B. Feeling the values: How pride and awe differentially enhance consumers' sustainable behavioral intentions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 52, n. 1, p. 75-96, 2024.

YENER, G.; SECER, A.; GHAZALIAN, P. L. What factors influence consumers to buy green products? An analysis through the motivation–opportunity–ability framework and consumer awareness. *Sustainability*, v. 15, n. 18, p. 13872, 2023.

ZENG, Z.; ZHONG, W.; NAZ, S. Can environmental knowledge and risk perception make a difference? The role of environmental concern and pro-environmental behavior in fostering sustainable consumption behavior. *Sustainability*, v. 15, n. 6, p. 4791, 2023.

APÊNDICE A

Autor	Ano	Journal	Objetivo	Método	Técnica de análise de dados	Resultados	País	Teoria aplicada
Şener; Hazer	2008	Sustainable Development	Testar o impacto dos valores no comportamento de consumo sustentável das mulheres.	Survey	-	As relações entre os comportamentos de consumo sustentável, o seu universalismo e benevolência, são valores mais fortes do que os de outros tipos.	Turquia	-
Luchs; Mooradian	2012	Journal of Consumer Policy	Identificar quais fatores explicam a diferença de gênero observada no comportamento de consumo sustentável.	Survey	-	A amabilidade é mais próxima das atitudes e comportamentos relacionados com a sustentabilidade do que o gênero.	EUA	-

White; Simpson	2013	Journal of Marketing	Explorar como os apelos podem incentivar os consumidores a adotar comportamentos sustentáveis relativamente desconhecidos.	Survey	-	Uma combinação de objetivos congruentes conduz às respostas mais positivas dos consumidores.	-	-
Wang; Liu; Qi	2014	Journal of Cleaner Production	Identificar os fatores que influenciam o processo de decisão para o consumo sustentável entre residentes rurais chineses.	Survey	Regressão	Os residentes rurais são mais propensos a adotar comportamentos egoístas do que comportamentos altruístas.	China	-
Ceglia; De Oliveira Lima; Leocádio	2015	Sustainable Development	Compreender como o contexto intercultural influencia o comportamento humano em relação ao comportamento sustentável.	Revisão de Literatura	-	Foi apresentado um quadro com influenciadores do consumo sustentável.	-	VBN e TPB

Biswas; Roy	2015	Journal of Cleaner Production	Entender a relação entre a preocupação ambiental e o comportamento de escolha do consumidor em relação a produtos verdes.	Survey	Regressão	O comportamento de consumo sustentável deve ser promovido por meio da reciclagem do produto, do prolongamento do período de consumo ou da vontade de o manter.	India	-
De Carvalho; de Fátima Salgueiro; Rita	2015	Ecological Indicators	Relacionar a consciência do consumidor como um motor para o comportamento de consumo sustentável.	Survey	Análise Fatorial Exploratória	Propõe-se uma escala de 19 itens para medir a sensibilização dos consumidores para a sustentabilidade	Portugal	-
Martinez et al.	2015	International journal of consumer studies	Examinar os efeitos do ambiente social das instituições sobre o comportamento sustentável em países em	Survey	Modelagem de equações estruturais	Há efeitos significativos e positivos das dimensões normativa, cognitiva e institucional do ambiente nas	Filipinas	-

			desenvolvimento.			atitudes ecológicas dos consumidores, que, por sua vez, têm uma forte influência positiva no comportamento ecológico.		
Thieme et al.	2015	Marketing Intelligence & Planning	Compreender os fatores mediadores que afetam a relação entre preocupações ambientais e comportamento sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O envolvimento ambiental e a vontade de pagar mais por produtos ecológicos medeiam a relação entre a preocupação ambiental e o comportamento sustentável.	EUA	-
Honkanen; Young	2015	British Food Journal	Explorar o papel dos fatores determinantes na intenção de compra de consumidores de produtos sustentáveis do mar.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A motivação para comprar marisco sustentável é reforçada por uma atitude positiva, pela percepção da pressão de outras pessoas importantes e por uma forte obrigação	Reino Unido	TPB

						moral.		
Watkins; Aitken; Mather	2016	Journal of Cleaner Production	Entender os traços individuais que motivam comportamento s mais sustentáveis.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Existe uma relação direta entre os fundamentos morais dos consumidores, a sua orientação política e o seu empenho individual e coletivo no consumo sustentável como agente de mudança.	Nova Zelândia	Teoria dos fundamentos morais
Milfont; Markowitz	2016	Current Opinion in Psychology	Abordar o comportamento de consumo sustentável à partir de uma perspectiva multinível.	Revisão de Literatura	-	A promoção de valores e atitudes pró-ambientais, por si só, é insuficiente.	-	-
Ribeiro; Veiga; Higuchi	2016	Revista Brasileira De Marketing	Investigar quais traços de personalidade podem ser antecedentes do comportamento de consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A frugalidade e a conscienciosida de estão ligadas à tendência de adotar comportamento s de consumo sustentável, como comprar	Brasil	-

						produtos ecológicos, economizar recursos e reciclar.		
David Lee et al.	2016	Young Consumers	Identificar os elementos-chave do comportamento do consumidor e a diferenciação entre espiritualidade e religiosidade.	Revisão Sistemática de Literatura e Survey	Regressão	O nível de espiritualidade de um consumidor afeta tanto o comportamento sustentável como um não sustentável.	EUA	-
Wu; Zhou; Song	2016	Journal of Cleaner Production	Identificar variáveis que influenciam o comportamento sustentável, estabelecer hipóteses baseadas em teorias relevantes e criar um modelo de comportamento de consumo.	Survey	Modelagem de equações estruturais e Regressão	O comportamento sustentável do consumidor é afetado por variáveis que incluem atitudes, conhecimentos e competências, valores de vida, idade, gênero entre outros.	China	-
Wang and Wu	2016	Journal of cleaner production	Entender o impacto das emoções sobre o	Survey	Squares structural equation model	As emoções de orgulho, culpa, respeito e raiva podem	China	-

			comportamento de consumo sustentável.			influenciar as escolhas de consumo sustentável dos consumidores		
Bulut; Kökalan Çımrin; Doğan	2017	International Journal of Consumer Studies	Compreender as relações entre o gênero, as gerações de idade e o comportamento de consumo sustentável na Turquia.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Mulheres apresentam mais comportamento sustentável e de reuso, enquanto gerações mais jovens tendem a reduzir o consumo desnecessário.	Turquia	-
Shao; Taisch; Mier	2017	Journal of Cleaner Production	Propor um conjunto de atributos sustentáveis que permitam um comportamento de consumo sustentável.	Survey	-	Os consumidores se preocupam com o impacto social do seu consumo.	-	-
Liu et al.	2017	Sustainable Development	Acompanhar a evolução da investigação sobre o consumo sustentável.	Análise Bibliométrica	-	O tema é importante e requer mais pesquisas.	-	-
Sharma; Jha	2017	Journal of Business Research	Compreender a influência dos valores pessoais	Survey	Modelagem de equações estruturais	Foi proposto um modelo que relaciona	-	-

			no comportamento de consumo sustentável e a forma como esta influência é moderada pelo contexto cultural.			valores pessoais, atitudes e comportamento de consumo sustentável.		
Mancini; Marchini; Simeone	2017	British Food Journal	Identificar os fatores que se traduzem efetivamente em consumo sustentável de produtos alimentares.	Survey e Focus group	Regressão	A educação está relacionada ao consumo sustentável, mas a sua motivação para agir nem sempre se traduz em escolhas alimentares sustentáveis.	Itália	-
Ukenna; Nkamnebe	2017	Thunderbird International Business Review	Desenvolver um quadro para investigar os padrões de adoção, os inibidores e os facilitadores do consumo sustentável em contextos da África Subsaariana.	Revisão de Literatura e Survey	Modelagem de equações estruturais	Apresentação de um modelo com inibidores, facilitadores e padrões do comportamento de consumo sustentável.	Nigéria	-
Geiger; Fischer;	2018	Sustainable	Propor um	Revisão de	-	O consumo	-	-

Schrader		Development	quadro integrado que permita medir o comportamento sustentável (ferramenta Cube Model).	Literatura		sustentável é essencial e viável para o desenvolvimento social e ambiental.		
Ukenna; Idoko; Ogbari	2018	Int. J. Sustainable Society,	Compreender os fatores que facilitam o comportamento de consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Preocupação ambiental e nível educacional são os principais fatores que impulsionam o consumo sustentável, enquanto preocupação com a saúde, renda e qualidade têm influência insignificante.	Nigéria	-
Vantamay	2018	Kasetsart Journal of Social Sciences	Investigar o comportamento de consumo sustentável e os seus determinantes entre os jovens estudantes universitários na Tailândia	Survey	-	Atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido podem prever a intenção de realizar comportamento de consumo sustentável.	Tailândia	TPB

Razzaq et al.	2018	Global Business Review	Determinar se o consumo de moda sustentável é caracterizado por emoções ou pensamento racional e como a religiosidade influencia a motivação dos consumidores para se envolverem em um comportamento de consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A religiosidade modera fortemente a relação entre valores de compra utilitários e hedonistas e a moda sustentável.	Paquistão	-
Quoquab; Mohammad; Sukari	2019	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	Desenvolver uma escala confiável e válida com parâmetros psicométricos desejáveis para medir o consumo sustentável na perspectiva do consumidor.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Desenvolvimento e validação da Escala de Comportamento de Consumo Sustentável, com propriedades psico-sociométricas.	Malásia	-
Lim; Arita; Joung	2019	Sustainability	Compreender o que influencia o comportamento por meio das	Survey	Regressão	Segmentar por características demográficas e focar em	Coreia e Japão	Teoria da Ação Racional

			concepções dos consumidores sobre o que é normal, bem como a sua consciência e atitude em termos de práticas de consumo.			consumidores jovens e do gênero masculino é necessário para promover o consumo sustentável.		
Kadic-Maglajlic et al.	2019	Journal of Business Research	Analisar os antecedentes do comportamento de consumo sustentável nos jovens.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Engajamento pró-ambiental e pró-social influenciam o comportamento sustentável dos jovens.	Croácia e Eslovênia	-
White; Habib; Hardisty	2019	Journal of Marketing	Apresentar uma análise da literatura para examinar as formas mais eficazes de mudar o comportamento dos consumidores para serem mais sustentáveis.	Revisão de Literatura	-	O framework SHIFT identifica cinco fatores-chave para o consumo sustentável: social, hábito, sentimentos, cognição e tangibilidade.	-	-
Ukenna; Nkamnebe; Idoko	2019	Sustainable Development	Identificar os fatores que inibem o consumo	Survey	Modelagem de equações estruturais	A conscientização sobre sustentabilidade	Nigéria	-

			sustentável.			foi identificada como o fator mais crítico.		
Kreuzer et al.	2019	Sustainability	Identificar os obstáculos ao consumo sustentável por parte dos jovens.	Survey	-	Jovens adultos adotam consumo sustentável aceitando preços, confiando em rótulos e evitando desperdícios.	-	-
Shao	2019	Business Strategy and the Environment	Compreender o comportamento de consumo sustentável na China.	Revisão Sistemática de Literatura	-	Consumo sustentável e Economia Circular estão ligados: padronização e consumo de baixo carbono são essenciais para a transição empresarial.	-	-
Wang et al.	2019	Journal of Cleaner Production	Compreender como o comportamento de consumo sustentável pode ser promovido pela economia compartilhada.	Survey	Regressão	Influência social favorece, enquanto preço não favorece o consumo sustentável.	China	Teoria da Troca Social

Jung and Oh.	2019	Sustainability	Analisar os fatores determinantes do comportamento de consumo de vestuário sustentável na China e na Coreia do Sul.	Survey	Modelagem de equações estruturais	As intenções comportamentais são principalmente determinadas pelo pro-ambientalismo e responsabilidade social, apoiados pelo conhecimento ambiental e pela eficácia percebida do consumidor.	China e Coreia do Sul	TPB
Qasim et al.	2019	International Journal of Environmental Research and Public Health	Explorar a relação entre os valores do consumidor, a auto-identidade ambiental e a intenção comportamental de consumir alimentos biológicos.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Os valores condicional, emocional, epistêmico e funcional da qualidade exercem uma influência positiva na intenção comportamental dos consumidores em consumir alimentos orgânicos.	Paquistão	Teoria dos Valores de Consumo
Lawley et al.	2019	British Food Journal	Explorar os conhecimentos	Survey	ANOVA	O conhecimento influencia na	-	-

			dos consumidores sobre a sustentabilidade dos produtos do mar e a forma como esses conhecimentos influenciam as decisões de compra.			compra de frutos do mar.		
Calderon-Mon; Pastor-Sanz; Garcia	2020	Journal of Business Research	Investigar a forma como os consumidores incorporam considerações de sustentabilidade no seu comportamento de compra.	Survey	Rede neural Artificial	Os consumidores agem com mais responsabilidade e ambiental quando têm uma percepção mais forte da eficácia de seu comportamento de compra.	Espanha	-
Ratner et al.	2020	Applied Sciences-Basel	Avaliar as barreiras ao comportamento pró-ambiental associadas à transição para uma prática circular no consumo de energia e água, na gestão de resíduos, na	Survey	Estatística não paramétrica	A falta de infraestrutura e de conhecimento são barreiras ao consumo sustentável.	Rússia	-

			mobilidade urbana e nos contratos públicos na Rússia.					
Sheoran; Kumar (a)	2020	Social Responsibility Journal	Identificar as barreiras básicas do comportamento sustentável do consumidor que impedem a adoção do consumo sustentável.	Revisão de Literatura e Survey	-	Dentre outras barreiras, foram identificadas: preço alto, percepção de ausência de impacto ambiental, falta de benefício na imagem pessoal, menor uso por familiares e amigos, falta de conhecimento sobre o produto.	Índia	-
Quoquab; Mohammad	2020	Sustainability	Desenvolver uma escala para medir o comportamento de consumo sustentável na perspectiva dos países em desenvolvimento.	Survey e Focus group	Modelagem de equações estruturais	As dimensões cognitiva, conativa e afetiva refletem a noção de comportamento sustentável.	-	-
Sheoran; Kumar (b)	2020	Journal of Modelling in	Identificar os fatores que	Revisão Sistemática de	Modelagem de equações	Facilitadores foram	Índia	-

		Management	facilitam o comportamento sustentável dos consumidores e que impedem a adoção do consumo sustentável.	Literatura e Survey	estruturais	modelados.		
Sesini; Castiglioni; Lozza	2020	Sustainability	Realizar uma revisão sistemática para analisar o conteúdo e as características dos artigos que abordam as novas tendências do consumo sustentável nos últimos cinco anos, por meio de uma análise lexicográfica.	Revisão Sistemática de Literatura	-	As indústrias de alimentos e bebidas são as mais citadas nesse contexto, com predominância do método quantitativo, sendo importante abordar mais a perspectiva social.	-	-
Banyté et al.	2020	Sustainability	Examinar os efeitos do compromisso com o consumo sustentável no comportamento, identificando as diferenças de gênero e idade nos ambientes	Survey	Regressão	As mulheres têm maior probabilidade de apresentar comportamento de consumo sustentável.	Reino Unido	Teoria da Aprendizagem Social e Teoria do Consumo Colaborativo

			de trabalho e doméstico.					
Matharu; Jain; Kamboj	2020	Management of Environmental Quality	Investigar os potenciais determinantes do comportamento de consumo sustentável e desenvolver um quadro para teorizar o possível papel da tendência LOHAS.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Estilo de vida e fatores psicológicos influenciam o comportamento de consumo sustentável.	Índia	TPB
Pimdee	2020	Heliyon	Investigar de que forma os traços psicológicos, o estado psicológico, a situação e a educação ambiental de um professor universitário afetam o seu comportamento de consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O fator mais importante para mudar o comportamento de consumo sustentável é aumentar a conscientização das pessoas.	Tailândia	-
Marzouk; Mahrous	2020	Journal of Global Marketing	Identificar os fatores que determinam o	Focus group e Survey	Modelagem de equações estruturais	Há influência da auto-preferência, da mídia	Egito	-

			comportamento de consumo sustentável dos consumidores de energia e água.			pública, da percepção de obrigação moral e do controle comportamental percebido sobre a conservação de energia e água.		
Awais et al.	2020	Sustainability	Analisar a potencial relação entre o e-mavenismo, a frugalidade e o comportamento de consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O e-mavenismo está positivamente correlacionado com a frugalidade, promovendo o comportamento de consumo sustentável.	China	-
Hosta; Zabkar	2021	Journal of Business Ethics	Identificar os antecedentes de um comportamento de consumo responsável e sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A autoeficácia, normas pessoais e obrigação ética aumentam a disposição para agir, que, junto com a disponibilidade de informações, influencia positivamente o comportamento ambiental.	Europa	TPB
Turunen; Halme	2021	Journal of	Fornecer uma	Revisão de	-	O instrumento	-	-

		Cleaner Production	ferramenta que permita a tomada de decisões sobre os impactos ambientais e humanos dos produtos.	Literatura		Shades of Green proporciona uma comunicação clara entre os extremos das ações que levam à sustentabilidade.		
Elhoushy; Lanzini	2021	Journal of International Consumer Marketing	Analisar os aspectos que influenciam o comportamento de consumo sustentável na região MENA.	Revisão Sistemática de Literatura	-	Os valores ambientais representam um dos principais motivadores para o consumo.	-	-
Paetz	2021	Sustainability	Apresentar recomendações de personalidades para marcas sustentáveis.	Survey	Bayesian methods	A personalidade da marca demonstra impacto no comportamento do consumidor. Competência, entusiasmo e sinceridade são capazes de promover o comportamento de compra sustentável.	Alemanha	-
Joshi; Yadav; Shankar	2021	Journal of Strategic	Explorar os fatores	Survey	Modelagem de equações	As práticas de consumo	Índia	Teoria do Determinismo

		Marketing	determinantes da intenção de consumo sustentável, examinando o papel da afinidade, dos valores emocionais e das práticas de consumo sustentável.		estruturais	sustentável podem ser fomentadas por meio da influência social e da tendência de afinidade na intenção de consumo.		Recíproco
Weber et al.	2021	Journal of Marketing Management	Analisar se as ferramentas de marketing experimental podem ligar os consumidores aos produtores e, assim, promover um comportamento de consumo sustentável.	Experimento	ANOVA	As ferramentas de marketing experimental promovem o comportamento de consumo sustentável.	Alemanha	-
Han	2021	Journal of Sustainable Tourism	Conceituar o consumidor ambientalmente sustentável e os fatores que influenciam seu comportamento.	Conceitual	-	Imagem verde, comportamento pró-ambiental, conhecimento ambiental, apego a produtos ecológicos, entre outros, são fatores que	-	-

						impulsionam o comportamento de consumo sustentável.		
Liang; Guo	2021	Psychology & Marketing	Testar o efeito da gratidão na escolha de produtos sustentáveis e examinar o mecanismo psicológico relacionado.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A gratidão aumenta a escolha por produtos sustentáveis.	-	-
Salehi; Telešienė; Pazokinejad	2021	Sustainability	Explorar os fatores relacionados ao comportamento de consumo sustentável.	Survey	Regressão	Há relação positiva entre autoeficácia, conscientização social e consumo sustentável em amostras japonesas e iranianas.	Japão e Irã	-
Soyer; Dittrich	2021	Sustainability	Investigar a diferença entre atitude e comportamento para escolhas sustentáveis na compra, uso e descarte de roupas.	Survey	Regressão	Para as decisões de compra e descarte, a motivação social é o melhor preditor das práticas sustentáveis.	Países Baixos	-
Ayar; Gürbüz	2021	SAGE Open	Determinar o	Survey	Modelagem de	O modelo	Turquia	TPB

			comportamento de consumo sustentável dos consumidores e os fatores que afetam esse comportamento no âmbito da TPB.		equações estruturais	apresenta um efeito estatisticamente significativo sobre a intenção de consumir de forma sustentável.		
Wang et al.	2021	Journal of Retailing and Consumer Services	Explorar se e como a frugalidade influencia a intenção de comprar “verde”.	Survey	-	A frugalidade nem sempre está positivamente relacionada ao comportamento de consumo sustentável.	China	-
Kaur; Luchs	2022	Psychology & Marketing	Apresentar o potencial dos valores para promover um comportamento de consumo sustentável	Survey	Regressão	A atenção plena é útil para aumentar comportamentos de compra socialmente conscientes.	Índia e EUA	-
Dangelico; Schiaroli; Fraccascia	2022	Sustainable Development	Avaliar as alterações provocadas no comportamento de consumo sustentável em resultado da Covid-19.	Survey	-	Os consumidores aumentaram a frequência de compras e a disposição para pagar por produtos sustentáveis,	Itália	-

						demonstrando maior atenção às questões ambientais.		
Ganglmair-Wooliscroft; Wooliscroft	2022	Journal of Business Research	Aplicar uma abordagem transnacional para revelar a influência das características estruturais no padrão de consumo sustentável, comparando os resultados da Áustria e da Nova Zelândia.	Survey	-	Regulamentações governamentais, iniciativas empresariais e características geográficas influenciam a adoção de alguns comportamentos sustentáveis.	Áustria e Nova Zelândia	-
Qin; Song	2022	Sustainability	Investigar os fatores de influência e os mecanismos de decisão do comportamento de consumo sustentável dos consumidores chineses.	Survey	Modelagem de equações estruturais	Os comportamentos de compra verde e de transporte verde são influenciados por variáveis relacionadas à atitude.	China	TPB e Teoria Atitude-Comportamento-Contexto
Lin et al.	2022	Journal of Retail & Distribution Management	Investigar os fatores que determinam a intenção de reuso em lojas	Survey	Modelagem de equações estruturais	O valor percebido pode gerar a intenção de reusar, sugerindo maior	Taiwan	TPB

			de retalho na perspectiva do consumidor.			racionalidade na tomada de decisão.		
Renzi et al.	2022	Sustainability	Avaliar a conscientização dos consumidores sobre os impactos da emergência na realização da Agenda 2030.	Survey	Interview	Fatores sociais, conhecimento, hábitos, valores e preço influenciam o comportamento sustentável.	Itália	-
Bui et al.	2022	Sustainability	Construir um modelo hierárquico de consumidor sustentável, utilizando o método Delphi.	Delphi	-	O impacto social e o comportamento pessoal são os mais fortes, que melhoram o comportamento de consumo sustentável.	Indonésia	Teoria da Troca Social
Sheoran; Kumar	2022	Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal	Desenvolver uma escala de comportamento de consumo sustentável para produtos eletrônicos.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O controle comportamental percebido e as normas subjetivas são os maiores influenciadores do consumo sustentável, assim como as mulheres por volta dos 30	Índia	TPB

						anos.		
Čapienė; Rūteliūnė; Krukowski	2022	Sustainability	Explorar as relações entre atitudes e valores ambientais, normas pessoais, responsabilidade e percebida, empenho pró-ambiental e pró-social no consumo sustentável.	Survey	Exploratory Factor Analysis	Atitudes ambientais, valores, normas pessoais e responsabilidade e percebida têm um efeito direto e positivo no compromisso com o consumo sustentável, e o compromisso pró-ambiental e pró-social atuam como mediadores para aumentar o impacto no comportamento sustentável do consumidor.	Lituânia	-
Dimitrova; Ilieva; Angelova	2022	Administrative Sciences	Investigar o efeito do conhecimento ambiental, do materialismo, das influências ambientais e da intenção na promoção do consumo sustentável.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O conhecimento ambiental e o materialismo afetam significativamente o comportamento sustentável. A intenção mediou essas relações e a idade moderou	Bulgária	-

						a relação entre intenção e comportamento.		
Mandarić; Hunjet; Vuković	2022	Journal of Risk and Financial Management	Explorar se a relação entre atitudes e comportamento de compra está presente nos consumidores croatas.	Survey	-	Os participantes têm uma atitude positiva em relação à sustentabilidade das marcas de moda.	Croácia	-
Hur; Faragher-Siddal 1	2022	Fashion Practice	Revelar os fatores que influenciam as ações sustentáveis por meio da intervenção política e os desafios associados aos comportamentos de consumo sustentável entre os jovens consumidores.	Survey	-	A rotulagem ecológica é considerada uma ferramenta-chave de educação e conscientização para apoiar o consumo sustentável.	-	TPB
Asif et al.	2023	Environmental Science and Pollution Research	Investigar o que determina a aceitação social dos aparelhos de poupança de energia e o que pode influenciar	Survey	Modelagem de equações estruturais	Há uma relação positiva entre o conhecimento sobre rótulos ecológicos, a confiança ecológica e a	Paquistão	TPB

			as intenções de compra dos consumidores.			intenção de compra.		
Kabasakal-Cetin	2023	Food Quality and Preference	Descobrir o que prediz os comportamentos alimentares sustentáveis e saudáveis entre os estudantes universitários.	Survey	Regressão	Maior consumo de alimentos orgânicos e conscientização ambiental estiveram associados a comportamentos alimentares mais sustentáveis.	Turquia	-
Zeng; Zongh; Naz	2023	Sustainability	Medir a influência dos conhecimentos sobre o ambiente e a percepção do risco ambiental em estudantes universitários.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A preocupação ambiental e o comportamento pró-ambiental estão relacionados com o comportamento de consumo sustentável.	China	-
Jang; Kang	2023	Sustainability	Compreender o comportamento sustentável e responsável do consumidor nas três fases do consumo: aquisição, utilização e	Survey	Topic Modeling	A responsabilidade e social do consumidor exerce influência sobre o comportamento sustentável.	EUA	-

			descarte.					
Batool et al.	2023	Journal of Islamic Marketing	Investigar o impacto do medo e do conhecimento percebido da Covid-19 no comportamento de consumo sustentável, testando a mediação da religiosidade.	Survey	Modelagem de Equações Estruturais por Mínimos Quadrados Parciais	O conhecimento sobre a Covid-19 motiva o comportamento de consumo sustentável, diferentemente do medo. A religiosidade é significativa na influência desse tipo de comportamento.	Paquistão	-
Vighnesh et al.	2023	Sustainable Development	Investigar o papel dos valores culturais na formação do comportamento de consumo sustentável em um contexto não ocidental.	Survey	-	A gestão ambiental pessoal medeia parcialmente a relação entre as dimensões da cultura do consumidor e o comportamento de consumo sustentável.	Índia	VCN
Šálková; Hes; Kučera	2023	Sustainability	Compreender os fatores que influenciam o comportamento de compra do consumidor e modelar para	Survey	Modelagem de equações estruturais	As atitudes dos consumidores em relação ao tradicionalismo e à inovação no varejo são essenciais para	Praga	-

			compreender a relação causal.			o desenvolvimento sustentável do comportamento do consumidor.		
Piramanayaga; Sen; Seal	2023	Environment, Development and Sustainability	Analisar os fatores determinantes do comportamento de consumo sustentável dos hóspedes de hotéis de luxo.	Survey	Modelagem de equações estruturais	O comportamento sustentável dos hóspedes em hotéis de luxo é predominantemente influenciado pela atitude. O custo percebido, o benefício percebido e o controle comportamental percebido também determinam o comportamento de consumo sustentável.	Índia	TPB
Csorba; Vaduv; Ghergut	2023	Amfiteatru Economic Journal	Identificar os fatores que influenciam o comportamento sustentável dos consumidores romenos, de produtos elétricos e	Survey	Modelagem de equações estruturais	Três critérios de compra foram validados: qualidade, garantias oferecidas e duração de uso.	Romênia	-

			eletrônicos.					
Yener; Secer; Ghazalian	2023	Sustainability	Examinar os fatores internos e externos que influenciam o comportamento de compra dos consumidores em relação aos produtos ecológicos.	Survey	Regressão	A motivação, as competências e a conscientização dos consumidores em relação à sustentabilidade influenciam de forma significativa seu comportamento de compra de produtos ecológicos.	Grécia	-
Minh; Quynh	2024	Cleaner and Responsible Consumption	Avaliar o papel das pandemias e a percepção da eficácia do consumidor sobre fatores que afetam o comportamento de consumo sustentável no contexto do Vietnã.	Survey	Modelagem de equações estruturais	As pandemias têm um impacto positivo nos fatores que afetam o comportamento de consumo sustentável.	Vietnã	TPB e Modelo de Ativação de Normas
Yan; Keh; Murray	2024	Journal of the Academy of Marketing Science	Analisar a proposição de que os consumidores têm maior	Survey	-	O orgulho aumenta o comportamento e as intenções sustentáveis	Anova	-

			probabilidade de se envolverem em um comportamento sustentável, quando os profissionais de marketing utilizam um apelo emocional que corresponde aos valores expressos da marca.			quando o valor da autoestima é priorizado.		
Kara; Min	2024	Journal of Sustainability in Higher Education	Explorar os comportamentos de consumo sustentável dos consumidores da Geração Z em um campus universitário.	Survey	Modelagem de equações estruturais	A responsabilidade social e incentivos externos influenciam positivamente os interesses de sustentabilidade dos consumidores da Geração Z.	EUA	-

APÊNDICE B

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido: Pesquisa sobre comportamento de consumo sustentável.

Estamos convidando você para participar voluntariamente de uma pesquisa online, que objetiva analisar o comportamento de consumo sustentável.

Leia as informações abaixo antes de expressar ou não o seu consentimento para participar da pesquisa. Pode participar desta pesquisa qualquer brasileiro(a) que more no Brasil, que seja maior de 18 anos e que se considere apto(a) para responder a questionários online.

A pesquisa está sendo conduzida pela aluna de Doutorado Camila Ortiz e pelo Professor Hermes Moretti Ribeiro da Silva, ambos da Faculdade de Engenharia de Bauru - FEB/UNESP.

E-mail para contato com o pesquisador responsável: cr.ortiz@unesp.br.

Caso aceite participar da pesquisa, você será solicitado(a) a responder algumas perguntas. Inicialmente será apresentado um questionário que mensura comportamentos de consumo sustentável do indivíduo. Por fim, serão apresentadas algumas perguntas sociodemográficas. A participação na pesquisa é voluntária e anônima, e não será perguntado algo que possa lhe identificar. Você também tem o direito de encerrar a sua participação na pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo algum. Todos os dados serão tratados de forma confidencial e apenas serão utilizados para fins de pesquisa científica, sendo que os resultados serão publicados em periódicos científicos de renome e confiabilidade internacionais. Estima-se que o tempo para responder à pesquisa seja de 10 a 20 minutos.

Não há nenhum benefício direto por participar da pesquisa, apenas a contribuição para a construção e desenvolvimento do conhecimento científico. Os procedimentos metodológicos envolvidos neste estudo têm riscos mínimos. Por se tratar de uma pesquisa realizada em ambiente virtual, há um pequeno risco de vazamento de dados, mas reforçamos que não há coleta de dados pessoais, o que torna impossível a identificação do participante, e que premissas de segurança de dados serão aplicadas na pesquisa. Há uma pequena chance de que alguma pergunta possa lhe causar algum desconforto, e se este for o caso, você pode optar por encerrar a sua participação na pesquisa. Em caso de algum desconforto mais acentuado e

prolongado causado pela participação na pesquisa, você pode contactar o responsável por essa pesquisa, para suporte.

Este documento foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Faculdade de Ciências da UNESP, com o código 57949622.8.0000.5398. O CEP é um órgão responsável por averiguar e atestar que pesquisas científicas sigam padrões de ética. Em caso de dúvidas sobre o CEP, você pode entrar em contato através do link: <https://www.fc.unesp.br/#!/pesquisa/comite-de-etica/> ou pelos demais canais de contato do CEP:

Coordenador: Prof. Dr. Mário Lázaro Camargo

Fone: (14) 3103-9400 E-mail: cepesquisa.fc@unesp.br

Horário de Funcionamento: 8h às 12h e 13h30 às 17h30, de segunda a sexta-feira.

Ao concordar em participar desta pesquisa, você declara ser maior de 18 anos e se considera plenamente apto(a) para participar da pesquisa, assim como declara ter sido informado(a) dos objetivos e da justificativa da presente pesquisa, e está de acordo em participar da mesma. Você também concorda que foi igualmente informado(a):

- a) da liberdade de participar ou não da pesquisa, bem como do direito de retirar o seu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo, sem que isto lhe traga qualquer prejuízo;
- b) da garantia de receber resposta a qualquer dúvida acerca dos procedimentos e outros assuntos relacionados com a pesquisa;
- c) da segurança de que não será identificado e que se manterá o caráter confidencial das informações registradas.

Por favor, faça uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido para que possa consultá-lo no futuro.

Diante disso, você aceita participar de nossa pesquisa, respondendo ao questionário a seguir?

☐ Sim

☐ Não

A seguir, será apresentada uma série de afirmações, as quais você deverá atribuir seu grau de concordância em um intervalo de 1 a 7. Quanto mais próximo ao número 1, menor será o seu grau de concordância. Quanto mais próximo ao número 7, maior será o seu grau de concordância. Vale ressaltar que não existem afirmações certas ou erradas.

Tenho conhecimento dos benefícios da **redução** da geração de resíduos como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Tenho conhecimento dos benefícios da **separação** de resíduos como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Tenho conhecimento dos benefícios da **reutilização** de embalagens plásticas como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo

- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Tenho conhecimento dos benefícios do **reparo** de produtos como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Tenho conhecimento dos benefícios da **reciclagem** de embalagens plásticas como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Tenho conhecimento dos benefícios de **comprar** produtos usados como um meio para alcançar a sustentabilidade, visando ganhos ambientais, econômicos e sociais (CEC6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Disciplino-me para poupar ao máximo o meu dinheiro (FG1).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Se posso reutilizar algo que já tenho, não compro um novo (FG2).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Sou capaz de esperar para comprar algo, visando economizar para o futuro (FG3).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Sou cuidadoso com as coisas que tenho (FG4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Cuido dos meus bens para poupar dinheiro a longo prazo (FG5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Eu poupo dinheiro para comprar algo que quero (FG6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A seguir, será apresentada uma série de afirmações sobre seu consumo de embalagens plásticas. Para tanto, considere como embalagens plásticas os copos, os frascos, os galões, as garrafas, os potes, as sacolas, os sacos, as tampas, os tubos, as vasilhas, entre outros recipientes ou envoltórios plásticos.

A maioria das pessoas que são importantes para mim desejariam que eu reutilizasse embalagens plásticas (NS1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

As pessoas cujas opiniões eu valorizo, acham que eu deveria reutilizar embalagens plásticas (NS2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A maioria das pessoas que são importantes para mim aprovariam se eu reutilizasse embalagens plásticas (NS3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

As pessoas cujas opiniões eu valorizo, apreciariam se eu reutilizasse embalagens plásticas (NS4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A maioria das pessoas que são importantes para mim acham que eu deveria adotar o comportamento de destinar embalagens plásticas para reciclagem (NS5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

As pessoas cuja opinião valorizo, aprovariam que eu me envolvesse na destinação de embalagens plásticas para reciclagem (NS6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A maioria das pessoas que são importantes para mim prefeririam que eu me envolvesse com a destinação de embalagens plásticas para reciclagem (NS7).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A opinião positiva de um amigo influencia-me a reciclar uma embalagem plástica que já não quero mais (NS8).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Meus familiares e amigos próximos consideram que devo evitar o uso de embalagens plásticas (NS9).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Eu me sentiria culpado se não me preocupasse em consumir menos embalagens plásticas (NS10).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A maioria das pessoas que são importantes para mim desaprovam o fato de eu utilizar mais embalagens plásticas do que preciso (NS11).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

A maioria das pessoas cujas opiniões valorizo, desaprovam o fato de eu comprar mais embalagem plástica do que a necessária (NS12).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Eu tenho controle sobre a reutilização de embalagens plásticas em minha casa (CCP1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

É fácil para mim, reutilizar embalagens plásticas (CCP2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Se eu quiser, posso reutilizar embalagens plásticas (CCP3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Envolver-me na reutilização de embalagens plásticas depende inteiramente de mim (CCP4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Cabe a mim decidir se disponibilizo uma embalagem plástica para reciclagem (CCP5).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Tenho opções ecologicamente corretas para destinar embalagens plásticas (CCP6).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Praticar a reciclagem de embalagens plásticas é fácil para mim (CCP7).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Sou capaz de disponibilizar embalagens plásticas para reciclagem (CCP8).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

É fácil para mim reduzir a utilização de embalagens plásticas (CCP9).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Sou responsável por reduzir o consumo de embalagens plásticas em minha casa (CCP10).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Sou capaz de utilizar a quantidade de embalagens plásticas que julgo necessária à minha família (CCP11).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Acho fácil reduzir a quantidade de embalagens plásticas que consumo (CCP12).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Reutilizar embalagens plásticas é uma atitude benéfica (ATT1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Reutilizar embalagens plásticas é uma atitude sábia (ATT2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo

- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Ao reutilizar embalagens plásticas, percebo que estou tendo uma atitude boa (ATT3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Para mim, a atitude de reutilizar embalagens plásticas tem efeito positivo ao meio ambiente (ATT4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou interessado em disponibilizar embalagens plásticas para reciclagem (ATT5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou envolvido na reciclagem de embalagens plásticas (ATT6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou interessado em participar de atividades relacionadas à reciclagem de embalagens plásticas (ATT7).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Sinto-me bem comigo mesmo quando pratico atividades de reciclagem de embalagens plásticas (ATT8).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Prefiro consumir menos embalagens plásticas em casa (ATT9).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Para mim, utilizar embalagens plásticas em menor quantidade é desejável (ATT10).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Na minha opinião, a diminuição do consumo de embalagens plásticas é vantajosa (ATT11).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Para mim, é importante incentivar a diminuição do consumo de embalagens plásticas (ATT12).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente

- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

No futuro próximo, irei reutilizar embalagens plásticas (INT1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Considerarei a possibilidade de reutilizar embalagens plásticas (INT2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Minha intenção é reutilizar embalagens plásticas (INT3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Planejo a reutilização de embalagens plásticas em minha casa (INT4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Minha intenção é disponibilizar para reciclagem, embalagens plásticas que não quero mais (INT5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Quero participar de atividades relacionadas à reciclagem de embalagens plásticas (INT6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Irei direcionar embalagens plásticas para reciclagem (INT7).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Nos próximos meses, a probabilidade de eu disponibilizar embalagens plásticas para reciclagem é alta (INT8).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Irei prestar mais atenção às minhas compras para reduzir o consumo de embalagens plásticas (INT9).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Quero reduzir o consumo de embalagens plásticas (INT10).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente

- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou disposto a influenciar outras pessoas a reduzirem o consumo de embalagens plásticas (INT11).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou disposto a diminuir a quantidade de embalagens plásticas que utilizo, para poupar recursos ambientais (INT12).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Sempre reutilizo embalagens plásticas (COM1).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo

- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Costumo reutilizar embalagens plásticas nas refeições (COM2).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Reutilizo embalagens plásticas com frequência (COM3).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Eu procuro comprar produtos cujas embalagens plásticas possam ser reutilizadas (COM4).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Normalmente separo embalagens plásticas para reciclagem (COM5).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Estou envolvido em atividades de reciclagem de embalagens plásticas (COM6).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Acredito que meu comportamento de destinar embalagens plásticas para reciclagem ajudará a reduzir o desperdício de embalagens plásticas (COM7).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Sou a favor da separação de embalagens plásticas para reciclagem (COM8).

- 1 = Discordo totalmente

- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Evito comprar embalagens plásticas desnecessariamente (COM9).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Quando faço refeições fora de casa, evito consumir muitas embalagens plásticas (COM10).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco
- 6 = Concordo parcialmente
- 7 = Concordo totalmente

Eu me preocupo em utilizar poucas embalagens plásticas (COM11).

- 1 = Discordo totalmente
- 2 = Discordo parcialmente
- 3 = Discordo um pouco
- 4 = Não discordo e nem concordo
- 5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Eu reduzo o consumo de embalagens plásticas em minha casa (COM12).

1 = Discordo totalmente

2 = Discordo parcialmente

3 = Discordo um pouco

4 = Não discordo e nem concordo

5 = Concordo um pouco

6 = Concordo parcialmente

7 = Concordo totalmente

Quais embalagens plásticas você costuma reutilizar?

1=Copo plástico

2=Frasco plástico

3=Galão plástico

4=Garrafa plástico

5=Pote plástico

6=Saco plástico

7=Sacola plástica

8=Tampa plástica

9=Tubo plástico

10=Vasilha plástica

11=Outro

Quais embalagens plásticas você costuma separar para reciclagem?

1=Copo plástico

2=Frasco plástico

3=Galão plástico

4=Garrafa plástico

5=Pote plástico

- 6=Saco plástico
- 7=Sacola plástica
- 8=Tampa plástica
- 9=Tubo plástico
- 10=Vasilha plástica
- 11=Outro

Quais embalagens plásticas você tem procurado consumir menos?

- 1=Copo plástico
- 2=Frasco plástico
- 3=Galão plástico
- 4=Garrafa plástico
- 5=Pote plástico
- 6=Saco plástico
- 7=Sacola plástica
- 8=Tampa plástica
- 9=Tubo plástico
- 10=Vasilha plástica
- 11=Outro

O que impede você de reutilizar mais embalagens plásticas do que já reutiliza?

O que impede você de disponibilizar para reciclagem, mais embalagens plásticas do que já disponibiliza?

O que impede você de reduzir ainda mais o consumo de embalagens plásticas?

Fale um pouco sobre você:

Em qual estado você mora?

- 1= Acre
- 2=Alagoas
- 3=Amapá

- 4=Amazonas
- 5=Bahia
- 6=Ceará
- 7=Distrito Federal
- 8=Espírito Santo
- 9=Goiás
- 10=Maranhão
- 11=Mato Grosso
- 12=Mato Grosso do Sul
- 13=Minas Gerais
- 14=Pará
- 15=Paraíba
- 16=Paraná
- 17=Pernambuco
- 18=Piauí
- 19=Rio de Janeiro
- 20=Rio Grande do Norte
- 21=Rio Grande do Sul
- 22=Rondônia
- 23=Roraima
- 24=Santa Catarina
- 25=São Paulo
- 26= Sergipe
- 27= Tocantins

Qual a sua idade? (Em anos completos)

Qual a renda média mensal da sua família?

- 1 = Até R\$ 1.412,00.
- 2 = Acima de R\$ 1.412,00 até R\$ 2.824,00.
- 3 = Acima de R\$ 2.824,00 até R\$ 5.648,00.
- 4 = Acima de R\$ 5.648,00 até R\$ 8.472,00.
- 5 = Acima de R\$ 8.472,00 até R\$ 11.296,00.

6 = Acima de R\$ 11.296,00 até R\$ 14,120,00.

7 = Acima de R\$ 14.120,00 até R\$ 16.944,00.

8 = Acima de R\$ 16.944,00 até R\$ 19.768,00.

9 = Acima de R\$ 19.768,00.

Contando com você, quantas pessoas moram em sua residência?

1= Apenas eu

2= 1

3= 2

4=3

5=4

6=5

7=6

8=7

9=8

10=9

11=10

12=11

13=12

14=13

15=14

16=15

17=16

18=17

19=18

20=19

21=20

Qual seu nível de escolaridade?

1 = Ensino fundamental incompleto

2 = Ensino fundamental completo

3 = Ensino médio incompleto

4 = Ensino médio completo

5 = Ensino superior incompleto

6 = Ensino superior completo

7 = Pós-graduação incompleta

8 = Pós-graduação completa

Como você se autodeclara?

1 = Preto

2 = Pardo

3 = Branco

4 = Indígena

5 = Amarelo