

**SUSTENTABILIDADE E TEORIA DO FOCO REGULATÓRIO: PROPOSIÇÕES PARA UM EXPERIMENTO COMPLETO**

**SERGIO FALBO ROMANO**

UNIVERSIDADE IBIRAPUERA (UNIB)

**MARCELO LUIZ DIAS DA SILVA GABRIEL**

UNIVERSIDADE IBIRAPUERA (UNIB)

**CRISTIANE BENEDETTI CHAMMAS**

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL INACIANA PE SABÓIA DE MEDEIROS (FEI)

Agradecimento à orgão de fomento:  
não houve fomento

### **SUSTENTABILIDADE E TEORIA DO FOCO REGULATÓRIO: PROPOSIÇÕES PARA UM EXPERIMENTO COMPLETO**

#### **Introdução**

O crescente interesse da sociedade, dos governos e de grupos pró-ambientais engajados na preservação de recursos naturais, tem gerado impacto em todos os stakeholders. O descarte inadequado de pilhas, por exemplo, compromete a salubridade do meio ambiente devido aos componentes químicos em suas fórmulas acarretando a inibição do crescimento de plantas e causar efeitos carcinogênicos. A construção do conjunto evocado de marcas para a tomada de decisão do consumidor pode ser influenciada pela percepção sobre as práticas sustentáveis das empresas, gerando um ciclo virtuoso, quando bem executado.

#### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

O problema de pesquisa formulado para este estudo é: “as mensagens de sustentabilidade das empresas, baseadas no triple bottom line, afetam a percepção da marca no conjunto evocado e a consequente decisão de compra do consumidor?”, tendo como objetivo geral avaliar o efeito das diferentes mensagens sobre atividades sustentáveis na percepção da relevância da marca no conjunto evocado e decisão de compra do consumidor.

#### **Fundamentação Teórica**

Pesquisas recentes sobre a gestão dos resíduos eletrônicos, integrada ao conceito do Triple Bottom Line, evidenciaram a crescente preocupação mundial com o aumento do consumo de eletrônicos e a necessidade de uma gestão adequada dos resíduos físicos e químicos resultantes ao final da vida útil desses aparatos. Os desafios a serem alcançados, alinhados ao tripé da sustentabilidade são, pelo aspecto econômico, a gestão dos custos variáveis de processamento dos resíduos e transporte, assim como a receita proveniente da venda de créditos da emissão de carbono e produtos reprocessados.

#### **Discussão**

Considerando o conceito de triple bottom line este estudo visa apresentar proposições sobre a congruência entre o contexto da mensagem (social vs. econômica vs. ambiental) e o foco regulatório do texto utilizado (promoção vs. prevenção). De acordo com os estudos anteriores, a congruência entre o tipo de informação e o foco regulatório criava um sentimento de “sentir-se certo”, ou seja, “um ajuste regulatório” tendo como resultado da alta congruência, ou alto ajuste que produz um efeito de melhorar a avaliação da mensagem pelo consumidor final.

#### **Conclusão**

A operacionalização destas proposições encontra respaldo no método experimental, propiciando que seja realizado um experimento completo com a manipulação das mensagens combinando uma dimensão do triple bottom line e um dos focos regulatórios, gerando seis mensagens possíveis. De modo a testar os efeitos da manipulação das mensagens combinadas (triple bottom line e foco regulatório) também podem ser formuladas mensagens de cunho econômico, social e ambiental de forma neutra, sem a inclusão do foco regulatório

#### **Referências Bibliográficas**

Aaker, J. L., & Lee, A. Y. (2001). “I” seek pleasures and “we” avoid pains: The role of self-regulatory goals in information processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 33-49. <https://doi.org/10.1086/321946> Akturan, U. (2018). How does greenwashing affect green branding equity and purchase intention? An empirical research. *Marketing Intelligence and Planning*, 36(7), 809-824. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2017-0339> Apte, S., Sheth, J. N. (2016). *The sustainability edge: how to drive top-line growth with triple-bottom-line thinking*. Toronto: University of Toronto Press.