

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

SUSTENTABILIDADE, VAREJO E CADEIAS DE SUPRIMENTOS: 20 ANOS DE PESQUISA

SUSTAINABILITY, RETAIL AND SUPPLY CHAINS: 20 YEARS OF RESEARCH

Ana Paula Graciola, Fernanda Rizzon, Pelayo Munhoz Olea, Jefferson Marçal da Rocha, Gabriel Sperandio Milan e Deonir De Toni

RESUMO

Os varejistas exercem papel intercessor entre os fornecedores e os consumidores. Como atores-chave na sociedade, os gestores de varejo, pressionados por alterar seus negócios com base nos princípios de desenvolvimento sustentável, necessitam adequar suas práticas diárias e divulgar informações sobre seus impactos e contribuições para o desenvolvimento sustentável. Diante disso, o objetivo deste estudo foi compreender as relações dos termos: sustentabilidade, varejo e cadeias de suprimentos por meio da revisão da literatura em duas bases de dados: *Scopus* e *Science Direct*. Os resultados mostram que houve um aumento nos estudos relacionados aos temas, nos últimos 20 anos. As áreas com maior concentração de estudos são: Operações, *Marketing*, Comportamento do Consumidor e, Políticas Governamentais e Certificações. Como contribuições dos artigos em estudo, foram destacados os seguintes tópicos de pesquisa: Colaboração, Desperdício, Comportamento de Consumo, Criação de Valor, Comunicação, Comércio on-line, Planejamento em Varejo, Logística, Ciclo de Vida do Produto, Remanufatura, Emissão de Gases, Certificações, Sistemas de Informação e Tecnologia e, Políticas Ambientais.

Palavras-chave: sustentabilidade, varejo, cadeias de suprimento, revisão da literatura.

ABSTRACT

Retailers play an intercessory function between suppliers and consumers. As key actors in the society, retail managers, pressured to change their business based on sustainable development principles, they need to adjust their daily practices and disseminate information about their impacts and contributions to sustainable development. Therefore, the main aim of this study was to understand the relations of the terms: sustainability, retail and supply chains through a literature review in two databases: *Scopus* and *Science Direct*. The results show that there has been an increase in studies related to the themes, in the last 20 years. The areas with the highest concentration of studies are: Operations, *Marketing*, Consumer Behavior, and Government Policies and Certifications. As contributions of the articles under study, the following research topics were highlighted: Collaboration, Waste, Consumer Behavior, Value Creation, Communication, Online Commerce, Retail Planning, Logistics, Product Lifecycle, Remanufacturing, Emission of Gases, Certifications, Information Systems and Technology, and Environmental Policies.

Keywords: sustainability, retail, supply chains, literature review.

1 INTRODUÇÃO

As práticas sustentáveis cresceram, visto que os problemas ambientais estão se tornando cada vez mais preocupantes e os consumidores começaram a reagir com maior sensibilidade às ofertas de produtos *eco-friendly* (TRUDEL; COTTE, 2009). Portanto, um aspecto relevante no caminho para o desenvolvimento sustentável é a mudança do atual padrão de produção e consumo insustentável (DISANO, 2002) para um padrão que reduza as pressões sobre o ambiente (consumo de recursos e descarga de resíduos) e, ao mesmo tempo, reconheça as necessidades básicas das pessoas e melhore sua qualidade de vida (UNEP, 1997).

Neste cenário, o varejo tem um papel significativo a desempenhar, em decorrência do seu poder econômico global e a sua posição privilegiada entre a oferta e a demanda. Logo, os varejistas podem influenciar ambos, a produção (JONES et al., 2008) e os padrões de consumo (JONES et al., 2005) em todo o mundo. Portanto, os varejistas podem ter uma grande influência em suas cadeias de fornecimento mundiais e locais como resultado de suas estratégias de sustentabilidade (ILLES, 2007) ao influenciar várias decisões e atividades, como o desenvolvimento de novos produtos, estratégias de recursos humanos. Já, no lado da demanda, os varejistas influenciam a vida dos consumidores (McGOLDRICK, 2002) moldam seu padrão de consumo, o que e como eles compram, usam e descartam os produtos (FGV, 2005). Sendo assim, desponta a necessidade de estudos que demonstrem o papel do varejista como um intermediário na implementação de estratégias de sustentabilidade ao longo de cadeias de suprimentos (WIESE, et al., 2012).

As empresas varejistas desempenham um importante papel em suas cadeias de suprimentos, por serem as intermediárias entre os consumidores e produtores (YTTERHUS et al., 1999). Grandes varejistas, muitas vezes, possuem um elevado nível de controle nas suas cadeias de suprimentos (HINGLEY, 2005) e ocupam uma posição privilegiada, para implementar padrões na cadeia de suprimentos, relativos a sustentabilidade (BRAMMER et al., 2011). Neste cenário, este estudo tem por objetivo compreender as relações dos termos: sustentabilidade, varejo e cadeias de suprimentos, para um período de 20 anos (1998 – 2017), de acordo com os artigos relacionados sobre os temas disponíveis nas bases em análise. Além do mais, este estudo tem como suporte o estudo realizado por Wiese et al. (2012), que apresentou como limitações a utilização de uma única base de dados. Portanto, busca-se compreender as relações entre os termos na realidade atual, além de realizar uma revisão da literatura tendo como suporte duas bases de dados: *Science Direct* e *Scopus*. Na sequência, o referencial teórico, o método de pesquisa, assim como os resultados desta revisão, as principais conclusões apontadas pelos autores nos artigos revisados. E por fim, as conclusões deste estudo e discussões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SUSTENTABILIDADE, VAREJO E CADEIAS DE SUPRIMENTOS

Costanza e Patten (1995) trazem a ideia básica de sustentabilidade como um sistema que sobrevive ou persiste ao longo do tempo. Parris e Kates (2003) exploram a definição de desenvolvimento sustentável como um processo que inclui as necessidades humanas, que reduz a fome e a pobreza, preservam os sistemas de suporte de vida do planeta. Um conceito aceito de desenvolvimento sustentável (BAXTER et al., 2009) foi cunhado por Brundtland Report (WECD, 1987, p.8) que define como um desenvolvimento que “atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”. A principal contribuição deste conceito pioneiro reside no fato de que ele destacou que o bem-estar humano depende da saúde do meio ambiente, ou seja, a

sociedade, a economia e o meio ambiente estão inextricavelmente conectados (BAXTER et al., 2009). Portanto, o desenvolvimento sustentável abrange três dimensões principais: social, ambiental e econômica (DELAI; TAKAHASHI, 2013).

Paralelo a sustentabilidade, o varejista é um intermediário que se dedica a vender para o consumidor final. Após adquirir as mercadorias de um fabricante ou atacadista distribuidor, os varejistas dedicam-se as vendas individuais, operando ou não em lojas (CHURCHILL; PETER, 2012). Assim, dentro dos canais de distribuição, o varejo desempenha o papel de intermediário entre o consumidor final e as empresas de produção ou atacado (DE PAULA, 2008). Logo, o varejista se tornou, em muitos casos, o líder do canal de distribuição, ou seja, o varejo vem deixando o papel de elo do canal de distribuição para assumir o papel de definição, direção e controle das muitas atividades desenvolvidas ao longo de toda a cadeia de suprimentos (SULLIVAN; ADCOCK, 2002). Portanto, os varejistas exercem importante papel de interface entre as indústrias (fornecedores) e os consumidores. São eles que moldam como os consumidores consomem (MORGAN; TALLONTINE; FOXON, 2017).

Ampliando a visão, a cadeia de suprimentos consiste em uma rede de empresas que trabalham em conjunto, em diferentes processos, para produzir valor, mostrando-se como um elo que permite ligar o mercado, as compras, a produção e a distribuição (BALLOU; GILBERT; MUKHERJEE, 2000). Pode-se afirmar que, as competências organizacionais de uma cadeia de suprimentos são sustentadas por um objetivo comum de produzir um produto ou serviço da melhor maneira possível (TEIXEIRA; LACERDA, 2010).

3 MÉTODO DE PESQUISA

A revisão da literatura foi realizada com a utilização de duas bases de dados: *Science Direct* e *Scopus*. Os termos delimitadores da pesquisa foram delineados pela pergunta da pesquisa: “Quais as relações dos termos: sustentabilidade, varejo e cadeias de suprimentos, para um período de 20 anos (1998 – 2017) em pesquisas?”. Foram definidos os seguintes termos de pesquisa: para a base *Scopus* (“*sustainab**” AND “*retail**” AND “*Supply Chain**”), termos presentes nas palavras-chave, resumo e título, apenas para artigos (*journals*). Já, para a base *Science Direct* foi definido como termos de pesquisa: (“*sustainab**” AND “*retail**”), para os termos presentes nas palavras-chave, resumo e título, apenas para artigos (*journals*), com enfoque nas cadeias de suprimentos - *supply chain*. O asterisco (*) foi aplicado após a palavra para recuperar todos os artigos que incluíssem palavras que começassem com esta forma primitiva. Além do mais, o período de término das buscas foi abril de 2017, mas não foi definido um período inicial para as buscas.

4 RESULTADOS

Foram localizados 336 artigos (*Science Direct*) e 245 artigos (*Scopus*), totalizando 581 artigos. Na sequência, foi realizada a revisão inicial, com leitura de cada título, resumo e palavras chaves (revisão manual) para definir se o artigo, em virtude de sua relevância e concordância com o tema, iria fazer parte da revisão ou deveria ser excluído. Portanto, após esta filtragem inicial foram elencados 242 artigos que fizeram parte desta revisão para ambas as bases.

Logo, os artigos foram analisados em virtude de sua legitimidade ao tema. Foram elencados estudos sobre sustentabilidade/sustentável no varejo/varejista com enfoque nas cadeias de suprimentos, voltados ao consumidor, varejista e produtor. Outro cuidado durante as análises, foi a verificação de artigos em duplicidade nas bases de dados em estudo. E, após a seleção dos artigos, foi realizada uma nova revisão para garantir que não tivessem sido esquecidos artigos relevantes em relação ao tema da pesquisa. Logo, ao final dos 242 artigos

encontrados, 135 pertencem a base *Science Direct* e 107 a base *Scopus*. No entanto, foi constatado que 42 artigos se repetem em ambas as bases. Assim, considerando as duas bases, 200 artigos fizeram parte das análises deste estudo, os quais representam 34,42% da amostra inicial e total de 581 artigos. Portanto, com base nos 200 artigos selecionados, foi percebido um aumento na produção de estudos nesta área, ao longo dos anos. Ou seja, constatou-se um aumento a partir do ano de 2011, onde foram produzidos 09 artigos. Já, em 2016 foram constatados 43 artigos neste ano.

O próximo passo foi classificar os periódicos em relação a área de conhecimento. A partir da análise, os artigos publicados foram classificados, pelos autores, em sete grandes áreas do conhecimento: Operações, *Marketing*, Comportamento do Consumidor, Inovações e Tecnologias, Políticas Governamentais e Certificações, Planejamento Urbano e Edificações. Portanto, como resultado foi possível verificar que os periódicos com maior ocorrência de trabalhos na temática proposta para as diferentes áreas foram: *Journal of Cleaner Production*, para as áreas de Operações, *Marketing* e, Políticas Governamentais e Certificações, assim como, o *International Journal of Production Economics* foi a revista com maior ocorrência de publicações, entre as áreas em estudo. Para a área de Comportamento do Consumidor, o *Journal of Retailing and Consumer Services* representa 4% da amostra (8 trabalhos) e o *Journal of Retailing* com 5 trabalhos (2,5%) da amostra final.

Em relação as fontes geográficas por continente foi constatado que o continente Europeu concentra 91 estudos (45,5%). A Ásia está representada por 34 estudos (17% dos trabalhos), seguida pela América do Norte, com 23 (11,5%) estudos. Dos 200 artigos selecionados, 11 estudos (5,5%) apresentaram pesquisas com mais de um país, ou seja, múltiplos países em estudo. A África e a Oceania, cada qual, apresentou 6 estudos (3%), seguida pela América do Sul, com 5 trabalhos (2,5%), a Euroásia e o Mediterrâneo com 4 artigos (2%) e a América Central com um estudo (0,5%). Portanto, é importante destacar que a Europa, Ásia, América do Norte e os Múltiplos Países representam 159 (79,5%) da amostra dos artigos em estudo.

Outro dado relevante a destacar é a evolução das abordagens de pesquisa em relação ao tema em estudo. Para facilitar a compreensão, foram dividido os 20 anos de pesquisa em quatro períodos, a cada 5 anos. Logo, de 1998 até 2017, foi constatado que a abordagem empírica qualitativa é a que mais se destaca com 127 trabalhos (63,5%). Foi percebido uma evolução crescente para as diferentes abordagens de pesquisa, no entanto, é possível perceber que a abordagem empírica qualitativa e quantitativa, abordagem mista, passou a ser utilizada apenas a partir de 2008. Assim como, foi possível perceber que abordagens conceituais qualitativas são recentes, pois foram encontrados estudos a partir de 2013.

Este estudo também recupera as contribuições dos estudos analisados e os achados das pesquisas. Portanto, foram classificados os estudos e agrupados conforme seus tópicos de pesquisa e suas respectivas contribuições. Logo, é possível perceber diferentes tópicos emergentes com base nas contribuições dos artigos em estudo, como: colaboração, desperdício de alimentos, comportamento de consumo, criação de valor, comunicação, comércio on-line, planejamento em varejo, logística, ciclo de vida dos produtos, remanufatura, emissões de gases, certificações, sistemas de informação e políticas ambientais.

Portanto, a colaboração é vista como favorável e melhora o desempenho das empresas em relação à responsabilidade social, aumenta a integração entre os diferentes *players*, produtor, varejista e consumidor. O desperdício de alimentos é abordado como resíduos, a minimização dos desperdícios e possíveis inovações para evitar a perda, o excesso de compras por parte dos consumidores. O comportamento de consumo é a criação de preços *premium* com a venda de produtos orgânicos. É possível perceber que o varejista influencia no comportamento de compra do consumidor. Logo, educar e/ou orientar o consumidor contribui para que ele seja o agente da mudança na forma como o consumo acontece. A criação de

valor está vinculada a criar valor econômico, social e ambiental em relação à sustentabilidade. Em paralelo, a comunicação exerce o papel de alinhamento, conscientização dos consumidores para a construção de marcas, gera a aprendizagem com base nos modelos de sustentabilidade. O comércio on-line gera aumento das emissões de gases nocivos ao meio ambiente e dos custos de logística. O planejamento em varejo é necessário estar alinhado com a organização urbana, a disponibilidade de acessibilidade, a resiliência e a inovação para gerar agilidade nas entregas. A logística envolve um planejamento adequado, a nível organizacional, governamental e social para gerar eficiência logística, diminuição das emissões de gases. O ciclo de vida dos produtos depende da definição da fabricação sustentável, da utilização de materiais apropriados, dos fluxos de serviços, da quantidade de estoques, dos índices de stress. A remanufatura engaja e/ou envolve os varejistas e os consumidores a participar de fluxos de logística reversa para minimizar os resíduos no meio ambiente. As emissões de gases são apontadas pelos autores na produção e descarte de alimentos, na falta de planejamento logístico e no comércio on-line. As certificações garantem aos consumidores segurança na compra de produtos e geram o reconhecimento das empresas. Os sistemas de informação contribuem com a economia dos recursos, aumentam a produtividade, a flexibilidade e a sustentabilidade das operações. E, as políticas ambientais exercem papel sobre as relações entre os diferentes atores da cadeia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta revisão da literatura, pode-se perceber que as áreas de operações, *marketing* e, políticas governamentais e certificações são as áreas com maior desenvolvimento de trabalhos. O continente europeu, asiático e norte-americano representam as áreas que mais desenvolvem pesquisas nessas temáticas, para o contexto de sustentabilidade em seus países. As contribuições dos artigos analisados foram agrupadas em temas para melhor organização e clareza. Portanto, emergiram temas como: colaboração, desperdício de alimentos, comportamento de consumo, criação de valor, comunicação, comércio on-line, planejamento de varejo, logística, ciclo de vida dos produtos, remanufatura, emissão de gases, certificações, sistemas de informação e políticas ambientais. Estes dados sintetizam os achados de pesquisa e servem de balizador para organizações que estão em busca de um planejamento sustentável para a produção e/ou comercialização de seus produtos, levando em consideração também, suas cadeias de suprimentos.

As implicações teóricas deste estudo se referem à revisão dos conceitos de sustentabilidade, varejo e cadeias de suprimentos e suas relações, para o período estudado (1998-2017). Já, as implicações gerenciais se referem a possibilidade das organizações varejistas se valerem desta síntese teórica para auxiliar em suas atividades de planejamento, principalmente, no que se refere as ações de cunho sócio-ambiental, aplicadas tanto a sua cadeia de suprimentos, quanto voltadas para o comportamento do consumidor. Os resultados deste estudo mostraram que a colaboração entre os *players* nas cadeias de suprimentos é vital para a implementação de ações voltadas para a sustentabilidade e que o varejo é um influenciador do comportamento de consumo, sendo assim, as organizações devem levar em conta esses conceitos na implantação de suas ações estratégicas.

REFERÊNCIAS

- BALLOU, R. H.; GILBERT, S. M.; MUKHERJEE, A. New managerial challenges from supply chain opportunities. *Industrial Marketing Management*, v. 29, n. 1, p. 7-18, 2000.
- BAXTER et al. *Sustainability Premier: Step by Natural Step*. The Natural Step Canada, 2009.
- CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. *Marketing: criando valor para os clientes*. São Paulo:

- Saraiva, 2012.
- COSTANZA, R.; PATTEN, B. C. Defining and predicting sustainability. *Ecological Economics*, v. 15, n. 3, p. 192-6, 1995.
- DE LAI, I.; TAKAHASHI, S. Corporate sustainability in emerging markets: insights from the practices reported by the Brazilian retailers. *Journal of Cleaner Production*, v. 47, p. 211-221, 2013.
- DE PAULA, V. A. F. Estratégia de marcas no varejo de alimentos: concepção e gestão de marcas próprias na Inglaterra e no Brasil. *Tese*. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008.
- DISANO, J. *Indicators of sustainable development: Guidelines and methodologies*. United Nations Department of Economic and Social Affairs, New York, 2002.
- FGV - FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Pesquisa sustentabilidade no varejo. Centro de Excelência em Varejo FGV-EAESP. Disponível em: http://www.fgv.br/cev/rsnovarejo/arquivos/IndicadoresVAREJO_vers%E3o%20final.pdf. Acessado em: 02 jun. 2017.
- ILLES, A. Seeing sustainability in business operations: US and UK food retailer experiments with accountability. *Business Strategy and the Environment*, v. 16, p. 290-301, 2007.
- JONES, P. et al. Retailers and sustainable development in the UK. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v. 33, p. 207-214, 2005.
- JONES, P. et al. UK retailing through the looking glass. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v. 36, p. 564-570, 2008.
- MCGOLDRICK, P. J. Varejo. In: BAKER, M. J. *Administração de Marketing*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- MORGAN, E.; TALLONTINE, A.; FOXON, T.J. Large U retailers' initiatives to reduce consumers' emissions: a systematic assessment. *Journal of Cleaner Production*, v. 140, n.1, p. 227-238, 2017.
- PARRIS, T.M.; KATES, R. W. Characterizing and measuring sustainable development. *Annual Review of Environment and Resources*, v. 28, n. 1, p. 559-86, 2003.
- SULLIVAN, M.; ADCOCK, D. *Retail Marketing*. London: Thomson, 2002.
- TEIXEIRA, R.; LACERDA, D. P. Gestão da cadeia de suprimentos: análise dos artigos publicados em alguns periódicos acadêmicos entre os anos de 2004 e 2006. *Gestão & Produção*, v. 17, n. 1, p. 207-227, 2010.
- TRUDEL, R.; COTTE, J. Does it pay to be good? *MIT Sloan Management Review*, v. 50, n. 2, p. 61-8, 2009.
- UNEP - UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME FINANCE INITIATIVE. Statement by Financial Institutions on the Environment & Sustainable. 1997. Disponível em: <www.unepfi.org/fileadmin/statements/fi/fi_statement_en.pdf>. Acessado em: 10 mai. 2017.
- WIESE, A.; KELLNER, J.; LIETKE, B.; TOPOROWSKI, W.; ZIELKE, S. Sustainability in retailing – a summative content analysis. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v. 40, Issue 4, p. 318 – 335, 2012.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED). *Our Common Future*. Oxford University Press, New York, NY, 1987.
- YENIPAZARLI, A. To collaborate or not to collaborate: Prompting upstream eco efficient innovation in a supply chain. *European Journal of Operational Research*, v. 260, Issue 2, p.571-587, 2017.