

## **EFEITO DO DANO AMBIENTAL DO FORNECEDOR NA PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL E NAS CAPACIDADES DINÂMICAS DE COMPRAS VERDES**

**VILMAR ANTONIO GONÇALVES TONDOLO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

**LARISSA OLIVEIRA DE OTERO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG

**DANIELE RODRIGUES GARCIA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG

**GUILHERME LERCH LUNARDI**

**FLÁVIO RÉGIO BRAMBILLA**  
UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL (UNISC)

### **Introdução**

A responsabilidade por danos ambientais, além de, geralmente, acarretar verdadeiras batalhas judiciais em função do dever jurídico de reparação dos danos causados ao meio ambiente e a terceiros, levanta também o questionamento sobre a necessidade dos gerentes desenvolverem capacidades dinâmicas de compras verdes. Desta forma, esta pesquisa justifica-se pela necessidade de estudar questões relacionadas ao efeito dos danos ambientais do fornecedor na preocupação ambiental e nas capacidades dinâmicas de compras verdes.

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

Esta pesquisa se propôs a responder a seguinte questão: Como o dano ambiental do fornecedor afeta a percepção dos gestores sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes, e se esse efeito é mediado pela preocupação ambiental? O objetivo desta pesquisa é analisar o efeito do dano ambiental do fornecedor na percepção dos gestores sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes, e se esse efeito é mediado pela preocupação ambiental.

### **Fundamentação Teórica**

A responsabilidade descreve até que ponto um indivíduo ou outra pessoa é responsável por alguma situação e a controlabilidade refere-se ao grau em que a natureza ou o principal fornecedor tem controle sobre um evento (Polyviou et al., 2018). A preocupação ambiental é definida como o grau em que as pessoas estão cientes dos problemas relacionados ao meio ambiente (Prakash & Pathak, 2017). As capacidades dinâmicas de compras verdes são processos que atuam diretamente para remodelar e atualizar os recursos da empresa por meio de competências ambientais (Gliedt & Parker, 2010).

### **Metodologia**

O procedimento para realização da pesquisa foi um experimento baseado em vinheta do tipo fatorial 2x2. Os participantes foram aleatoriamente direcionados a uma das quatro versões da vinheta, por meio do A/B teste provido pelo SurveyMonkey Inc., assegurando a realização do experimento com a abordagem between-subjects, reduzindo a chance da ocorrência de algum efeito de demanda.

### **Análise dos Resultados**

A Responsabilidade pela seleção do fornecedor, mediante ocorrência de dano ambiental, não tem efeito direto na necessidade em que o fornecedor desenvolva Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes (CDCV). A Controlabilidade ou seja, se o dano causado pelo fornecedor foi gerado pela natureza ou pela própria empresa fornecedora não modera o efeito da Responsabilidade pela seleção do fornecedor na necessidade de desenvolvimento de CDCV. Adicionalmente, o efeito da Responsabilidade na necessidade de desenvolvimento de CDCV é mediado pela Preocupação Ambiental.

### **Conclusão**

Os achados contribuem para elucidar como os aspectos externos e internos da empresa em relação aos danos ambientais do fornecedor interagem nas Capacidades Dinâmicas de Compra Verdes. Nesse sentido, os resultados sugerem que: A preocupação ambiental medeia o efeito do dano ambiental do fornecedor e a necessidade de desenvolvimento de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes; e, os aspectos internos da empresa (responsabilidade e preocupação ambiental) mostraram-se mais importantes do que os externos (controlabilidade sobre o dano ambiental).

### **Referências Bibliográficas**

Gliedt, T., & Parker, P. (2010). Dynamic capabilities for strategic green advantage: Green electricity purchasing in North American firms, SMEs, NGOs and agencies. *Global Business and Economics Review*, 12(3), 171. Polyviou, M., Rungtusanatham, M. J., Reczek, R. W., & Knemeyer, A. M. (2018). Supplier non-retention post disruption: What role does anger play? *Journal of Operations Management*, 61(1), 1–14. Gliedt, T., & Parker, P. (2010). Dynamic capabilities for strategic green advantage: Green electricity purchasing in North American firms, SMEs, NGOs and agencies. *Global Business and Economics*

### **Palavras Chave**

Operações Sustentáveis, Capacidades Dinâmicas, Experimento

# EFEITO DO DANO AMBIENTAL DO FORNECEDOR NA PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL E NAS CAPACIDADES DINÂMICAS DE COMPRAS VERDES

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, os grandes problemas ambientais mundiais e o esgotamento dos recursos naturais forçaram a civilização a se concentrar no consumo ambientalmente responsável (Amoako *et al.*, 2022) e a desenvolver a consciência de que a proteção ambiental não é apenas uma tarefa das organizações, mas também sua responsabilidade (Souza *et al.*, 2020). Consequentemente, o ambiente de negócios altamente competitivo, fez as organizações reconhecerem que elas não podem mais negligenciar as questões ambientais (Mansoor *et al.*, 2021). A responsabilidade por danos ambientais, além de, geralmente, acarretar verdadeiras batalhas judiciais em função do dever jurídico de reparação dos danos causados ao meio ambiente e a terceiros afetados por sua atividade, levanta também o questionamento sobre a necessidade dos gerentes desenvolverem capacidades dinâmicas de compras verdes.

Yook *et al.* (2018) destacam que as capacidades de compras verdes das empresas são classificadas em capacidades operacionais e capacidades dinâmicas, as quais medem seus efeitos sobre o desempenho ambiental e econômico ligados às práticas de gestão da cadeia de suprimentos verde, sendo também afetadas positivamente pelo desempenho de compras verdes. Vários anos atrás, Preuss (2001) já alertava as empresas de que a função de compras seria fundamental no estabelecimento de uma cadeia de suprimentos verde.

A pesquisa e a prática apoiam a noção de que há uma importante influência exercida pela pressão ambiental externa sobre as empresas (Tate *et al.*, 2012). Pesquisas ainda apontam que empresas demonstram suas preocupações ambientais ao adotarem estratégias ambientais proativas e, desta forma, estabelecerem uma imagem e uma reputação positiva devido à atenção que dispensam ao meio ambiente.

Para Zhang *et al.* (2019), as empresas precisam integrar a gestão ambiental ao desenvolvimento de estratégias de longo prazo, reconhecer metas ambientais, progredir no desempenho ambiental e reduzir o efeito negativo das operações ambientais diárias. Isso vale também para pequenas empresas, as quais podem aumentar seu crescimento ao desenvolverem essas capacidades verdes específicas (Andersén *et al.*, 2020). Na visão de Dai *et al.* (2015), essas estratégias têm se tornado cada vez mais importantes na gestão ambiental praticada pelas organizações.

Shah e Soomro (2020) apresentam descobertas que fornecem aos gerentes diretrizes para lidar com as questões ambientais e de negócios, dentre elas, estratégias de proteção e gestão ambiental, além da redução de efeitos adversos sobre o meio ambiente. Prevenção de riscos, controle e compartilhamento de informações junto a fornecedores devem ser especialmente consideradas, visto que os clientes da empresa esperam que ela seja responsável pelo comportamento não ecológico de seus aliados, caso algum dano venha a ocorrer (Hartmann & Moeller, 2014). Contudo, tornar uma organização mais verde é uma nova mudança que exige um compromisso tanto dos funcionários quanto da alta administração (Nisar *et al.*, 2021).

Spillan *et al.* (2013) sugerem que as empresas não devem somente adotar estratégias ambientais proativas, mas também reestruturar a gestão das atividades em práticas corporativas, estabelecendo níveis de responsabilidade gerenciais que assegurem à eliminação de fornecedores insatisfatórios, desalinhados com as premissas ecológicas internas e as exigências externas das empresas. Desta forma, qualquer empresa que deseja ter o perfil ambientalmente consciente terá que trabalhar em conjunto com outras que compartilham o mesmo objetivo, a fim de garantir o verde da cadeia de suprimentos (Andersén *et al.*, 2020).

Tendo como base essa breve contextualização, esta pesquisa se propôs a responder a seguinte questão: Como o dano ambiental do fornecedor afeta a percepção dos gestores sobre

a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes, e se esse efeito é mediado pela preocupação ambiental?

Embora outros estudos sobre capacidades dinâmicas de compras verdes tenham sido conduzidos nos últimos anos, o papel da gestão para explorar as capacidades verdes, continua sendo uma área de pesquisa um tanto negligenciada na literatura (Andersén *et al.*, 2020). À vista disso, esta pesquisa justifica-se pelo fato de questões como o efeito dos danos ambientais do fornecedor na preocupação ambiental e nas capacidades dinâmicas de compras verdes, ainda não terem sido desenvolvidas. Além disso, este estudo avalia a moderação da Controlabilidade sobre os danos ambientais em relação ao efeito da Responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver capacidades dinâmicas de compras verdes. Essas duas dimensões da Teoria da Atribuição esclarecem como os observadores avaliam quem é responsável e se algum dos resultados poderia ter sido evitado (Munyon *et al.*, 2019). Dando sequência, este estudo ainda verifica a mediação da preocupação ambiental no efeito da responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver capacidades dinâmicas de compras verdes.

Para a organização desta pesquisa, estruturou-se este trabalho em seis capítulos. O primeiro capítulo contempla a parte introdutória, delimitando o tema, o problema de pesquisa e, ainda, a importância e justificativa do estudo. O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, trazendo os conceitos de Responsabilidade, Controlabilidade, Preocupação ambiental, Compra verde e Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes e, por fim, o desenvolvimento das hipóteses. O terceiro capítulo é dedicado a explicar os procedimentos metodológicos. O quarto capítulo apresenta a análise dos resultados, com a caracterização da amostra e a análise do modelo. O quinto capítulo apresenta a discussão dos resultados, informando as contribuições teóricas e gerenciais. O sexto capítulo expõe as conclusões, as limitações identificadas e as sugestões para estudos futuros. Para encerrar, são apresentadas as referências bibliográficas utilizadas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO E DESENVOLVIMENTO DAS HIPÓTESES**

Ao se visitar a literatura disponível, cinco temas principais foram considerados relevantes para o desenvolvimento desta pesquisa.

### **2.1 Responsabilidade**

Munyon *et al.* (2019) destacam que os observadores avaliarão os julgamentos de responsabilidade por uma consequência, considerando se o resultado foi devido ao ator ou ao ambiente, ou seja, analisando o locus de causalidade e buscando identificar quem foi o responsável pelo evento (Mir *et al.*, 2017). O locus de causalidade (fonte do defeito) e controlabilidade (conhecimento do defeito) estão entre as dimensões causais mais importantes e impactam os julgamentos subsequentes de responsabilidade feitos pelos atores com base numa determinada ocorrência, as quais influenciam as respostas e ações dos consumidores em relação às empresas envolvidas (Munyon *et al.*, 2019).

No caso de uma violação ocorrida, a avaliação começa por este locus de causalidade (Mir *et al.*, 2017) e indica se a falha causada foi interna ou externa ao indivíduo (Dunn *et al.*, 2021). Com esta competência pela violação, um indivíduo ou grupo torna-se psicologicamente conectado ao dano causado (Miranda *et al.*, 2020).

A responsabilidade é atribuída aos indivíduos pelos observadores com base na análise da conexão destes com um evento de consequências positivas ou negativas, bem como pelas ações que pretendiam, cometeram ou poderiam ter previsto (Munyon *et al.*, 2019). Na visão de Polyviou *et al.* (2018), a responsabilidade é utilizada para descrever até que ponto um indivíduo ou outra pessoa é responsável por alguma situação. Esta definição se enquadra neste estudo, onde a seleção do atual fornecedor principal é de responsabilidade do indivíduo ou de outra pessoa da empresa.

A responsabilidade da empresa e, por conseguinte, do gerente responsável por selecionar os fornecedores é aumentada na medida em que se consideram também aspectos externos, como as regulações (Preuss, 2001) e as pressões dos clientes (Carter & Carter, 1998). Neste sentido, os gerentes responsáveis pela seleção de fornecedores precisam construir suas capacidades internas e ajustá-las para que promovam a coordenação entre todas as partes interessadas, incluindo os fornecedores, auxiliando a lidar com as pressões atuais para a prática da sustentabilidade e desempenho da empresa (Zhu *et al.*, 2017).

Os julgamentos de responsabilidade impactam as intenções futuras do consumidor em relação ao interesse de compra dos produtos junto ao fabricante focal (Munyon *et al.*, 2019) e podem levar a uma maior expectativa de recuperação e menor satisfação do cliente (Huang, 2008). Munyon *et al.* (2019) exemplificam que no caso de situações de terceirização para um fornecedor parceiro, os consumidores podem concluir que a causa do problema foi externa e que a empresa em questão é menos responsável por qualquer impacto negativo.

Para Hartmann e Moeller (2014), as atribuições de responsabilidade estão inerentemente ligadas a reações emocionais e comportamentais, uma vez que quanto maior a responsabilidade atribuída por um incidente, mais fortes serão as reações emocionais e comportamentais resultantes, culminando numa avaliação de culpabilidade direta (Dunn *et al.*, 2021). Polyviou *et al.* (2022) indicam que a responsabilidade tem relação com as decisões passadas e como os resultados dessas decisões geraram efeitos adversos, pois como alertam Hartmann e Moeller (2014), as atribuições de responsabilidade aumentam significativamente com a gravidade do resultado e à medida que a controlabilidade se intensifica.

## **2.2 Controlabilidade**

Hartmann e Moeller (2014) ponderam que o controle nas cadeias de suprimentos deriva da influência que uma empresa focal tem sobre seus problemas, decisões ou resultados específicos. Porém, o controle que cada componente do ecossistema tem sobre os seus recursos muitas vezes não é claro, o que faz os consumidores e os compradores terem dificuldade para identificar se uma falha poderia ter sido evitada (Dunn *et al.*, 2021).

Para que seja possível avaliar se uma circunstância ou situação pode ser evitada, se faz uso da controlabilidade (Mir *et al.*, 2017). Munyon *et al.* (2019) afirmam que a controlabilidade faz referência a se as causas de determinados eventos negativos eram conhecidas e controláveis e se o ator poderia ter evitado suas consequências. A controlabilidade indica ainda o grau em que uma entidade tem a capacidade de concretizar uma ação pretendida (Dunn *et al.*, 2021) e analisa a medida que uma situação hipotética é controlada pelas circunstâncias do destino, em comparação se ela é controlada por qualquer agente humano (Polyviou *et al.*, 2022).

Esta pesquisa seguirá a concepção de Polyviou *et al.* (2018), que teorizam que a controlabilidade refere-se ao grau em que a natureza ou o principal fornecedor tem controle sobre um determinado evento que desencadeou uma interrupção do fornecimento, e no caso deste estudo, um dano ambiental. Estes autores ainda destacam que quando são consideradas fontes ou desastres naturais, conclui-se que o evento desencadeador está fora do controle da empresa.

Apesar da sua importância na análise das interrupções de fornecimento, a controlabilidade tem recebido atenção limitada na literatura sobre risco de fornecimento, especialmente no que diz respeito aos seus efeitos nas respostas após estas interrupções (Polyviou *et al.*, 2018). Na relação da empresa focal com seus fornecedores, a controlabilidade pode ser influenciada e também influenciar (Hartmann & Moeller, 2014). Por exemplo, se o comprador percebe que a ação do fornecedor foi considerada incontrolável, corresponde a uma ruptura na literatura do contrato psicológico e, desta forma, nenhuma transgressão foi perpetuada. Em contrapartida, se um comprador classifica a ação de um fornecedor como controlável, isso corresponde a uma ação de renegação (Mir *et al.*, 2017) e se ele não age para mitigar o dano, o fornecedor é considerado negligente e pode ser mais culpado ainda por qualquer ocorrência resultante (Munyon *et al.*, 2019).

A controlabilidade está presente nas análises dos consumidores quando estes avaliam se uma empresa tem condições de atuar ou impedir a ocorrência de uma falha ao assumir o controle da situação (Huang, 2008) e, assim, na medida em que a empresa é percebida como tendo controle sobre o resultado da falha, pode acabar influenciando a reação do usuário e este passar a ter uma opinião adversa sobre os seus produtos (Dunn *et al.*, 2021). Miranda *et al.* (2020) complementam ao afirmar que se alguém se considera pessoalmente responsável por uma falha ou transgressão que poderia ter controlado ou evitado, isso conduzirá a culpa e a um comportamento focado na reparação ou correção do erro. Por outro lado, avaliar este evento como incontrolável, motiva o desejo de escapar ou evitar a situação.

### **2.3 Preocupação ambiental**

A consciência ambiental aumentou ao longo dos anos (Woo *et al.*, 2016) e a carência dos recursos naturais e os amplos impactos ambientais negativos identificados nas últimas décadas forçaram a sociedade a focar no consumo ambientalmente responsável (Amoako *et al.*, 2022). Buscando atender a este consumo e superar os problemas ambientais, são necessários esforços integrados entre os membros da cadeia de suprimentos (Woo *et al.*, 2016) e, para isso, começaram a surgir práticas verdes e sustentáveis, que buscam integrar as preocupações ambientais das organizações, minimizando o fluxo de materiais e reduzindo as consequências negativas dos processos de produção e consumo (Genovese *et al.*, 2017).

A preocupação ambiental refere-se ao comportamento potencial de um indivíduo em relação às questões ambientais (Paul *et al.*, 2016; Prakash & Pathak, 2017; Souza *et al.*, 2020; Tsarenko *et al.*, 2013). Akhtar (2022) ressalta que a preocupação ambiental gera uma influência positiva na decisão de investir em ações verdes e tem um impacto direto no conhecimento ecológico (Joshi & Rahman, 2015).

A preocupação ambiental pode ainda ser definida como o grau em que as pessoas estão cientes dos problemas relacionados ao meio ambiente (Prakash & Pathak, 2017) e exibem orientações pró-ambientais, denotando a vontade de contribuir pessoalmente na resolução do problema (Akhtar, 2022; Jaiswal & Kant, 2018). Mansoor *et al.* (2021) exemplificam causas para as preocupações ambientais, como o desmatamento, a falta de um sistema de gestão de resíduos e a falta de compromisso com a preservação ambiental.

O termo preocupação ambiental pode ainda ser considerado como proveniente do discurso político (Paul *et al.*, 2016; Tsarenko *et al.*, 2013), uma vez que essas preocupações prementes que as nações enfrentam estão amplamente relacionadas a casos de má gestão e demandas verdes (Shah & Soomro, 2021).

Os principais determinantes do consumo ambientalmente sustentável são os valores e a preocupação ambiental oriundos da personalidade de cada consumidor (Hartmann & Apaolaza-Ibáñez, 2012), associados às obrigações morais ou éticas e suas normas pessoais (Joshi & Rahman, 2015). A preocupação ambiental leva a comportamentos ecologicamente corretos

(Prakash & Pathak, 2017), porém, Hartmann e Moeller (2014) e Tsarenko *et al.* (2013) alertam que apesar de uma grande quantidade de consumidores estar preocupada com as questões ambientais, esse interesse infelizmente não se transforma em atitude e comportamento, levando a maioria dos produtos ambientalmente sustentáveis a ter níveis baixos de adoção.

Hartmann e Apaolaza-Ibáñez (2012) esclarecem que existem na literatura várias escalas de medição que permitem aos pesquisadores julgar a preocupação ambiental dos consumidores com as questões ambientais. Estas medidas buscam avaliar a preocupação ou senso de responsabilidade de um indivíduo em relação à água, ar, poluição, geração de resíduos, aquecimento global, dentre outras (Jaiswal *et al.*, 2020). A preocupação ambiental também é uma das importantes variáveis de sustentabilidade na literatura de marketing verde (Amoako *et al.*, 2022; Paul *et al.*, 2016; Prakash & Pathak, 2017) e pode causar mudanças fundamentais nos produtos produzidos e nas tecnologias empregadas na fabricação (Green *et al.*, 1998).

A conscientização dos consumidores de que seus padrões de consumo impactam na deterioração ambiental fez com que eles desenvolvessem uma inclinação positiva para comprar marcas sustentáveis (Amoako *et al.*, 2022) e entendessem a sua responsabilidade pela proteção do meio ambiente, evitando produtos ecologicamente danosos (Jaiswal & Kant, 2018). Portanto, a preocupação ambiental influencia diretamente a atitude e a intenção de compra de produtos verdes (Hartmann & Apaolaza-Ibáñez, 2012; Jaiswal & Kant, 2018).

Taufique e Vaithianathan (2018) argumentam que consumidores com maior preocupação ambiental são mais propensos a serem pró-ambientais e apresentarem um comportamento de consumo sustentável (Souza *et al.*, 2020), escolhendo um produto em detrimento de outro se acreditarem que estão ajudando o meio ambiente (Amoako *et al.*, 2022) e estando dispostos a pagar um preço mais alto por itens verdes (Akhtar, 2022). Em vista disso, muitos estudos têm analisado a relação entre preocupação ambiental e a disposição das pessoas para pagar um valor mais elevado por produtos sustentáveis (Paul *et al.*, 2016) e para aceitar o pagamento de impostos associados (Tsarenko *et al.*, 2013).

A preocupação ambiental entre os indivíduos e a atitude em relação a produtos verdes foram identificados como os principais determinantes da intenção de compra destes produtos entre os consumidores jovens, os quais possuem preocupações além do cenário atual, uma vez que eles também estão preocupados com o impacto futuro das suas escolhas (Yadav & Pathak, 2016). Paul *et al.* (2016) identificaram que os consumidores dos países desenvolvidos também estão mais preocupados com o meio ambiente do que os dos países em desenvolvimento, justificando a influência do país de origem na preocupação ambiental.

Tsarenko *et al.* (2013) sugerem que a preocupação com o meio ambiente e a autopercepção do indivíduo não necessariamente resultam em um consumo ambientalmente sustentável. Pelo contrário, aprender com fatores externos ou a motivação por parte da empresa vendedora em relação a essas compras e as interações sociais são importantes influenciadores do consumo ambientalmente sustentável. Além disso, preocupações ambientais, atributos do produto, conhecimento ambiental e normas subjetivas podem ser considerados como principais impulsionadores (Joshi & Rahman, 2015), enquanto que, preço alto, baixa disponibilidade e falta de confiança do consumidor em produtos verdes são listados como principais barreiras para o comportamento de compra verde (Amoako *et al.*, 2022; Joshi & Rahman, 2015).

Segundo Joshi e Rahman (2015), o conceito de preocupação ambiental é fundamental para empresas com estratégias de cadeia de suprimentos verdes. As empresas com atitudes positivas em relação à proteção ambiental estão mais dispostas a levar em consideração os fatores ambientais e incluir empreendimentos verdes em suas metas, conservando seu status ambientalmente amigável (Shah & Soomro, 2021) e estendendo a sua consciência socioambiental além das suas próprias fronteiras (Sarkis & Dhavale, 2015).

A crescente preocupação dos clientes com produtos com impacto ambiental (Foo *et al.*, 2019) e a preocupação ambiental geral da sociedade têm impulsionado as empresas a buscarem

implementar a gestão ambiental, como exemplo, pode-se citar a remanufatura de produtos e a logística reversa (Souza *et al.*, 2020). Além disso, as empresas devem alinhar suas práticas de recursos humanos com as iniciativas ecológicas gerais da organização (Mansoor *et al.*, 2021). Por exemplo, Nisar *et al.* (2021) sugerem que os gestores devem manter a disciplina verde desenvolvendo ações disciplinares particulares consistentes com as políticas ambientais, punindo os funcionários ou multando-os por não observarem a estas políticas e, desta forma, serem capazes de lidar com as demandas ambientais da população.

Apesar das várias pesquisas realizadas, ainda faltam estudos que verifiquem o impacto do engajamento e da preocupação ambiental nas decisões de investimento em ações verdes (Akhtar, 2022) e para compreender como o comportamento de compra dos consumidores de produtos verdes difere de países desenvolvidos para países em desenvolvimento (Paul *et al.*, 2016).

## 2.4 Compras verdes

As preocupações com o meio ambiente fizeram aumentar o interesse dos consumidores pela cadeia de suprimentos verde (Asif *et al.*, 2020; Taufique & Vaithianathan, 2018; Yook *et al.*, 2018), podendo levar a um efeito direto ou indireto nas práticas de negócios realizadas pelas empresas (Andersén *et al.*, 2020). Além das preocupações ambientais, mais foco tem sido dado à compra verde em função das consequências da globalização e da industrialização (Yee *et al.*, 2021).

As compras verdes são uma forma de proteger o meio ambiente (Yadav & Pathak, 2016) e referem-se à maneira pela qual as inovações na gestão da cadeia de suprimentos e compras industriais podem ser consideradas no contexto do meio ambiente (Liu *et al.*, 2017). Ela envolve o processo de encontrar fornecedores ecologicamente corretos no mercado (Asif *et al.*, 2020), através de extenso treinamento, educação e orientação (Liu *et al.*, 2017), gerando um efeito positivo no desempenho das empresas (Tate *et al.*, 2012). Apesar da sua importância, a compra verde ainda é uma área nova na pesquisa e, com isso, carecem estudos sobre a influência da preocupação ambiental nela (Yadav & Pathak, 2016).

O comportamento de compra verde é uma medida (Joshi & Rahman, 2015) e refere-se à intenção de compra de produtos ecologicamente corretos, buscando ser favorável para a sustentabilidade ambiental (Jaiswal & Kant, 2018). Este comportamento geralmente considera a compra e o uso de sacolas ecológicas, promoção da reciclagem, redução das fontes de desperdício, produtos à base de plantas, lâmpadas econômicas, aparelhos e veículos energeticamente eficientes, dentre outros (Jaiswal & Kant, 2018). Preuss (2001) alerta que a legislação relacionada à cadeia de suprimentos verde pode incluir a proibição total de certos materiais ou processos, a estipulação de características mínimas de produtos ou processos, ou a exigência de documentação para que os clientes possam julgar a toxicidade de um produto e tomar as respectivas precauções.

Conforme Joshi e Rahman (2015), os valores ambientais, sociais e éticos dos consumidores têm uma influência positiva no comportamento de compra verde, contudo, alguns estudos mostraram que apesar dos indivíduos compreenderem a seriedade das questões ambientais e demonstrarem grande preocupação, em muitos casos suas atitudes não levam necessariamente a compras verdes. Por outro lado, Tate *et al.* (2012) consideram que as empresas estão cada vez mais engajadas em práticas ambientais não apenas porque é a coisa certa a fazer, mas também porque fornece meios para minimizar custos ou aumentar receitas.

O mecanismo de proteção ambiental precisa do comprometimento dos gerentes e líderes organizacionais para criar consciência ambiental entre a força de trabalho (Mansoor *et al.*, 2021). Eles precisam ser capazes de envolver cada escalão da cadeia de suprimentos para criar inovações ambientais (Dai *et al.*, 2015) e podem auxiliar na seleção de fornecedores que

atendam aos padrões ambientais e exigir que os fornecedores colaborem na proteção dos recursos (Shah & Soomro, 2021). A tarefa se estende aos gerentes de marketing, que precisam entender os critérios utilizados para segmentar o mercado consumidor verde (Jaiswal *et al.*, 2020) e para capturar a intenção de compra verde dos consumidores (Yadav & Pathak, 2016).

Foo *et al.* (2019) recordam que a pressão regulatória foi o principal fator que afetou as compras verdes, uma vez que as empresas foram forçadas a adotar iniciativas verdes para garantir um fornecimento contínuo de insumos verdes para produzir estes produtos e impedir que os reguladores tomem medidas pela não conformidade. Contudo, como sugerem Tsarenko *et al.* (2013), muitos varejistas podem ainda estar subestimando o potencial de vendas de produtos verdes. Por essa razão, o desenvolvimento bem-sucedido de produtos verdes pode ajudar empresas e economias a se moverem em direção à sustentabilidade ambiental e a posicionarem seus produtos para conquistar novos mercados (Chen & Chang, 2013).

É importante salientar que os consumidores têm esperado que qualquer empresa considere as condições ambientais durante suas decisões de compra, independentemente da complexidade da cadeia de suprimentos que ela faz parte (Hartmann & Moeller, 2014), uma vez que os próprios indivíduos estão preocupados com o meio ambiente sabendo dos benefícios positivos do consumo verde (Paul *et al.*, 2016). Além disso, os consumidores não se preocupam apenas com a satisfação das suas necessidades (Jaiswal *et al.*, 2020) ou com a qualidade ecológica do produto, mas com os danos ambientais levados em consideração na tomada de decisão de compra de produtos verdes (Jaiswal & Kant, 2018; Joshi & Rahman, 2015; Taufique & Vaithianathan, 2018).

A compra verde pode ser influenciada por fatores intrínsecos, como a demografia, (renda, educação e status social) ou por fatores psicográficos (atitudes, valores e características de personalidade), como também por fatores externos e influências sociais (pares sociais, varejistas) (Tsarenko *et al.*, 2013). Sendo a baixa renda ou a falta do produto, limitantes que prejudicam a compra verde, mesmo que haja uma positiva intenção de compra (Paul *et al.*, 2016).

Para as políticas de fornecimento verde funcionarem de forma correta precisa haver colaboração entre as empresas compradoras e fornecedoras (Green *et al.*, 1998). Tate *et al.* (2012) participam com estudos sobre iniciativas bem-sucedidas e malsucedidas na cadeia de suprimentos verde, os quais indicam que o relacionamento comprador-fornecedor deve passar de uma orientação de controle para uma orientação de colaboração, o que, por sua vez, requer mudanças tanto nos processos quanto nos incentivos. A integração dos membros da cadeia de suprimentos verde é complexa e difícil para os concorrentes replicarem, porém melhora o desempenho ambiental e a competitividade (Woo *et al.*, 2016).

Liu *et al.* (2017) salientam que uma maior coordenação precisa ocorrer com membros a jusante da cadeia de suprimentos, tanto dentro da empresa quanto com fornecedores. A construção desse tipo de relação comercial é extremamente bem-vinda, pois como sugerem Yee *et al.* (2021), as práticas de compra verde promovem relacionamentos de trabalho de alta confiança para garantir trocas mútuas de informações e compartilhamento de conhecimento. Por fim, as estratégias de compra verde estão rapidamente se tornando atividades primárias para as organizações, não apenas para melhorar a sua imagem como ambientalmente responsável, mas também para melhorar a lucratividade (Yee *et al.*, 2021).

## **2.5 Capacidades dinâmicas de compras verdes**

Dentro das empresas, os gerentes devem desenvolver habilidades e capacidades para entender as expectativas das partes interessadas e dos clientes em particular, para um comportamento sustentável (Hartmann & Moeller, 2014). Desta forma, a implementação bem-sucedida de estratégias verdes requer a implantação de capacidades específicas, as quais exigem



que a empresa identifique, utilize e assimile recursos internos e externos para facilitar toda a cadeia de suprimentos (Yee *et al.*, 2021; Yook *et al.*, 2018). Estas capacidades específicas para implementação das práticas de compras verdes envolvem a seleção, o desenvolvimento, a colaboração e a avaliação do fornecedor, além de criar valor usando os recursos disponíveis (Foo *et al.*, 2019).

As capacidades dinâmicas de compra verde são amplamente definidas como a coleta de habilidades, ativos e conhecimentos individuais complexos aplicados em práticas organizacionais que permitem às empresas ambientalmente ativas organizar suas atividades operacionais e utilização de recursos para atingir as metas e os objetivos (Yee *et al.*, 2021).

Dai *et al.* (2015) destacam que uma empresa deve alavancar suas capacidades de cadeia de suprimentos verdes para agir de forma mais proativa visando atender às demandas de seus clientes ambientalmente conscientes e através da colaboração com os parceiros ganharem com a estratégia ambiental (Zhang *et al.*, 2019). Por exemplo, se os compradores tiverem conhecimento suficiente sobre as capacidades ambientais dos fornecedores, eles poderão escolher fornecedores verdes adequados com capacidades inimitáveis e aumentar sua produtividade (Woo *et al.*, 2016). No entanto, simplesmente possuir essas capacidades pode não levar automaticamente ao resultado competitivo esperado; em vez disso, obter as vantagens competitivas relacionadas ao meio ambiente depende de como uma empresa pode efetivamente implantar e explorar as capacidades certas para estratégias específicas de operação verde (Liu *et al.*, 2017).

Ainda assim, a alocação inadequada e o comprometimento com recursos vitais podem levar ao fracasso no desenvolvimento de capacidades de compras verdes (Yee *et al.*, 2021), isso justifica a necessidade de aprofundar os estudos sobre como as empresas podem desenvolver suas capacidades de compra para influenciar positivamente seu desempenho (Liu *et al.*, 2017).

Yook *et al.* (2018) classificam as capacidades de compras verdes em capacidades operacionais e capacidades dinâmicas, sendo que, as capacidades dinâmicas de compras verdes referem-se à composição das capacidades dinâmicas e as capacidades organizacionais das empresas. As capacidades dinâmicas verdes são processos que atuam diretamente para remodelar e atualizar os recursos da empresa visando que ela sustente uma vantagem em ambientes voláteis através de uma competência central verde desenvolvida tanto em seu nível superior como operacional (Gliedt & Parker, 2010).

As capacidades dinâmicas permitem que as empresas reajam ao mercado em mudança, desenvolvendo e renovando seus recursos e capacidades organizacionais (Chen & Chang, 2013), para serem capazes de obter vantagem verde estratégica (Gliedt & Parker, 2010). As capacidades dinâmicas são direcionadas à mudança estratégica e ao alinhamento da organização com o ambiente, funcionando como um fator chave de sucesso tanto do desempenho ambiental quanto econômico, uma vez que a compra verde requer um sistema de compras abrangente e o envolvimento dinâmico de fornecedores e empresas compradoras (Yook *et al.*, 2018).

Corporações estrangeiras possuem capacidades dinâmicas para melhorar o meio ambiente dos países em desenvolvimento por meio da adoção de práticas de gerenciamento da cadeia de suprimentos verde e da colaboração com governos e empresas nacionais para reduzir ainda mais a pegada ambiental (Asif *et al.*, 2020). Chen e Chang (2013) afirmam que as empresas precisam desenvolver liderança transformacional verde e criatividade verde junto às capacidades dinâmicas de compras verdes em suas estratégias de longo prazo para aumentar o desempenho do desenvolvimento de produtos verdes.

Sendo assim, a gestão ambiental da cadeia de suprimentos pode e deve ir muito além de satisfazer as regulamentações governamentais para explorar as capacidades dos membros do canal para aumentar a vantagem competitiva distinta. Os gerentes de compras devem adotar uma perspectiva de cadeia de valor e uma mentalidade mais progressiva de gerenciamento ao implementar atividades ambientais nas quais, no mínimo, o departamento de compras coordene

estritamente com outras funções internas e externas para melhor avaliar o impacto dos membros da cadeia de suprimentos (Carter & Carter, 1998).

## 2.6 Desenvolvimento das hipóteses

A responsabilidade indica até que ponto um profissional de compras versus outra pessoa (seu antecessor) foi responsável por provocar o evento que desperta emoção, por exemplo, a decisão de recomendar um fornecedor interrompido para a empresa focal (Polyviou *et al.*, 2022). E, as capacidades dinâmicas de compras verdes são a capacidade de uma empresa explorar seus recursos e conhecimentos existentes para renovar e desenvolver suas capacidades organizacionais verdes para reagir ao mercado dinâmico, atendendo ao público que está preocupado em comprar produtos verdes que não sejam prejudiciais ao meio ambiente (Chen & Chang, 2013). Assim, é postulada a seguinte hipótese:

**H1:** A necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes é maior quando a Responsabilidade pela seleção do fornecedor é do indivíduo.

A controlabilidade sobre um determinado evento desempenha um papel no enquadramento de julgamentos e, conseqüentemente, esses julgamentos determinam a resposta dos indivíduos quanto à determinada situação (Mir *et al.*, 2017). A controlabilidade define ainda a medida em que um evento é considerado sob o controle do fornecedor versus um ato da natureza (Polyviou *et al.*, 2018), moderando a associação hipotética entre responsabilidade e culpa experimentada em resposta a uma interrupção de fornecimento (Polyviou *et al.*, 2022). Desta forma, a seguinte hipótese é apresentada:

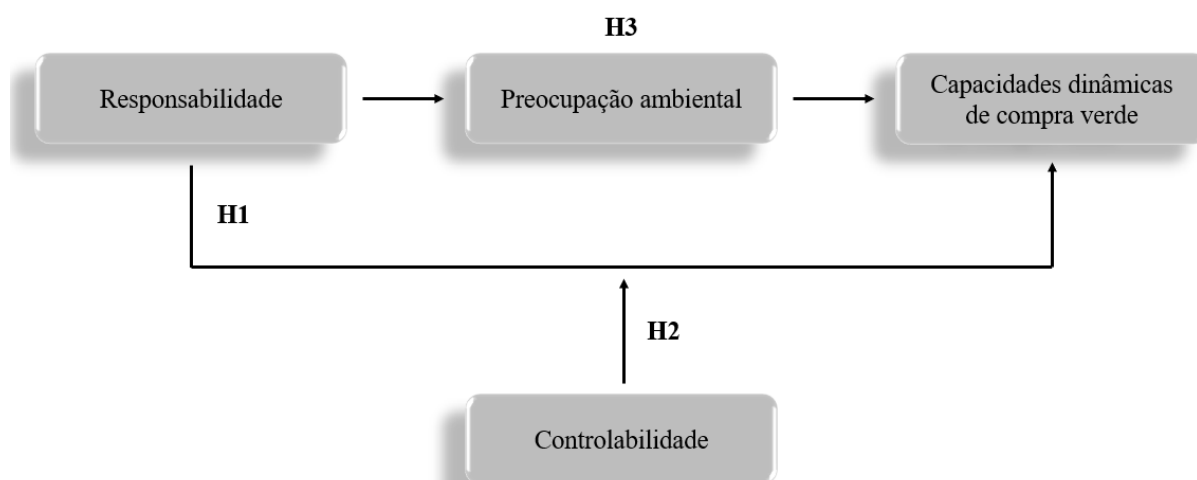
**H2:** A Controlabilidade sobre os danos ambientais modera o efeito da Responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

Foo *et al.* (2019) afirmam que as empresas precisam de capacidades específicas para implementar práticas de compras verdes e melhorar a sua competitividade. No que tange ao conceito específico de capacidades dinâmicas, uma implicação chave é a de que as empresas não estão apenas competindo em sua capacidade de explorar seus recursos e capacidades organizacionais existentes, mas também competindo em sua capacidade de renovar e desenvolver suas capacidades organizacionais para se adequar ao ambiente incerto (Chen & Chang, 2013). Sendo assim, com base na suposição de que as capacidades dinâmicas de compras verdes das organizações desempenham um papel fundamental para desenvolver o comportamento de fornecimento verde e, assim, serem capazes de melhorar o desempenho ambiental (Yook *et al.*, 2018), conseqüentemente atendendo aos anseios dos consumidores relacionados à preocupação com o meio ambiente, apresenta-se a seguinte hipótese para o estudo:

**H3:** A Preocupação Ambiental medeia o efeito da responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

No cenário deste estudo foi desenvolvido o modelo teórico (Figura 1), que apresenta a relação entre as variáveis propostas.

**Figura 1: Modelo teórico do estudo**



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

### 3 MÉTODO DA PESQUISA

O procedimento para realização da pesquisa foi um experimento baseado em vinheta do tipo fatorial 2x2. Este procedimento é considerado adequado para entender como, e porque, os consumidores, neste caso, os gerentes, formam seus julgamentos e preferências quando submetidos a situações complexas (Rungtusanatham *et al.*, 2011). Os participantes foram aleatoriamente direcionados a uma das quatro versões da vinheta, por meio do A/B teste provido pelo SurveyMonkey Inc., assegurando a realização do experimento com a abordagem *between-subjects*, reduzindo a chance da ocorrência de algum efeito de demanda. A sequência da aplicação do experimento foi organizada em: leitura do convite e agradecimento, leitura do módulo comum, leitura da respectiva vinheta, preenchimento do questionário com as questões de interesse e gerais. A vinheta e o questionário se encontram disponíveis mediante solicitação aos autores deste estudo.

As variáveis foram operacionalizadas da seguinte forma. As variáveis independentes, Responsabilidade e Controlabilidade, foram manipuladas em dois níveis por meio das versões da vinheta. Para Responsabilidade, os dois níveis foram responsabilidade de outra pessoa ou responsabilidade própria por ter selecionado o atual fornecedor. Seguindo as orientações de Hayes (2018), esses níveis foram codificados, respectivamente, em (-0,5; 0,5) para posterior análise. Para a variável independente moderadora Controlabilidade, os níveis manipulados foram dano ambiental causado pela natureza ou causado pelo fornecedor, os quais também foram codificados, respectivamente, em (-0,5; 0,5). A variável proposta como mediadora Preocupação Ambiental foi operacionalizada por meio de 3 itens adaptados de Tsarenko *et al.* (2013). Já a variável dependente, Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes, foi operacionalizada por meio de 5 itens adaptados de Yook *et al.* (2018).

#### 3.1 Procedimentos do Experimento

Para realização do estudo foi utilizada a vinheta previamente validada por Souza *et al.* (2022). Os participantes da pesquisa foram profissionais americanos com experiência em gestão recrutados pela plataforma Prolific ([www.prolific.co](http://www.prolific.co)). Ao total a pesquisa contou com 274 participantes. Para assegurar a qualidade foi realizado o teste de atenção, no qual os participantes responderam a duas perguntas referentes ao contexto da vinheta. Sete participantes não responderam corretamente ao teste de atenção. Visando assegurar a qualidade

da amostra, as repostas desses sete participantes foram removidas, permanecendo o tamanho final da amostra com 267 participantes.

Na verificação do realismo do experimento, para testar o quanto os participantes perceberam as vinhetas como realísticas, ao responderem em uma escala tipo Likert de 7 pontos, sendo 1 considerado “discordo fortemente” e 7 considerado “concordo plenamente”, o experimento foi considerado realista, uma vez que a média do realismo foi de 4,99 e desvio padrão de (+/- 1,43).

Também foi realizada a verificação da manipulação, na qual os resultados se mostraram satisfatórios, sinalizando que os participantes compreenderam os níveis respectivos de manipulação das variáveis independentes.

Para verificar a confiabilidade do construto foi utilizada a medida de consistência interna. O *Alfa de Cronbach* encontrado para Preocupação Ambiental foi de 0,858. Já para o construto Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes o valor obtido foi de 0,852, indicando que os construtos são consistentes em sua mensuração. Por fim, a técnica empregada nesta pesquisa foi a análise de regressão múltipla pela macro *Process*, com base em Hayes (2018).

#### 4 RESULTADOS DA PESQUISA

Para a caracterização dos participantes foram utilizadas variáveis como gênero e idade. Quanto ao gênero, as mulheres representaram 50,02% da amostra, enquanto os homens 49,04%, sendo que 0,4% preferiu não informar. A média de idade dos participantes foi de 37,3 anos.

Como pode ser observado na Tabela 1, os resultados sugerem que a Responsabilidade pela seleção do fornecedor possui efeito direto nas Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes do indivíduo, conforme ( $b = 0,19$ ;  $p > 0,05$ ), não suportando a H1.

**Tabela 1 – Resultados da Análise de Regressão Múltipla**

Variáveis Dependentes	Preocupação ambiental		Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes	
	b	SE	b	SE
(Constant)	<b>6,42***</b>	0,34	<b>2,39***</b>	0,50
<i>Variáveis de Controle</i>				
Gênero	-0,01	0,01	0,01	0,01
Idade	-0,26	0,15	0,21	0,14
<i>Variáveis Experimentais</i>				
Responsabilidade	<b>-0,29*</b>	0,15	0,19	0,15
Controlabilidade	xx	xx	0,20	0,14
<i>Interações</i>				
Responsabilidade X Controlabilidade	-xx	xx	-0,50	0,29
<i>Mediadores</i>				
Preocupação Ambiental	xx	xx	<b>0,31***</b>	0,06
R <sup>2</sup>	0,0341		0,1131	
F-statistic	<b>3,0940*</b>		<b>5.5258***</b>	

Notas:

Coefficientes não padronizados são relatados. \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$

Hayes (2018) model 5

Inicializando 5.000 subamostras

N= 267.

Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

A Controlabilidade sobre os danos ambientais não modera o efeito da Responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmica de Compra Verde ( $b = 0,20$ ;  $p > 0,05$ ), não suportando a H2. Já, como pode ser observado a Responsabilidade possui efeito indireto, mediado pela Preocupação Ambiental, na necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes. O efeito da Responsabilidade na Preocupação Ambiental é negativo e significativo ( $b = -0,29$ ;  $p < 0,05$ ), e o efeito da Preocupação Ambiental na necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes é positivo e significativo ( $b = 0,31$ ;  $p < 0,001$ ). Desta forma, os resultados oferecem suporte para a H3, ou seja, a Preocupação Ambiental medeia o efeito da responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Figura 2 a seguir, apresenta o resumo dos resultados da pesquisa e suas hipóteses. Como os resultados indicam, a Responsabilidade pela seleção do fornecedor, mediante ocorrência de dano ambiental, não tem efeito direto na necessidade em que o fornecedor desenvolva Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes. Como foi observado, esse efeito é mediado pela preocupação ambiental do gestor da empresa compradora. Outro resultado que o estudo traz é que a Controlabilidade, ou seja, se o dano causado pelo fornecedor foi gerado pela natureza ou pela própria empresa fornecedora não modera do efeito da Responsabilidade pela seleção do fornecedor na necessidade de desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

**Figura 2 – Sumário das Hipóteses e Resultados**

Hipóteses	Suportada	Não Suportada
H1: A necessidade de desenvolver Capacidades dinâmicas de compras verdes é maior quando a Responsabilidade pela seleção do fornecedor é do indivíduo.		x
H2: A controlabilidade sobre os danos ambientais modera o efeito da Responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades dinâmicas de compras verdes.		x
H3: A Preocupação Ambiental medeia o efeito da responsabilidade sobre a necessidade de desenvolver Capacidades dinâmicas de compras verdes.	x	

Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Esses achados corroboram com estudos anteriores, por exemplo, Polyviou *et al.* (2018), Souza *et al.* (2022) e Tondolo *et al.* (no prelo). Por outro lado, este estudo traz achados próprios, que merecem discussão. Por exemplo, o efeito da Responsabilidade na necessidade de desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes é mediado pela Preocupação Ambiental. Esse achado coloca em pauta o papel do gestor como tomador de decisão e agente de mudança nas organizações. Os resultados sugerem que não importa quem tenha selecionado o fornecedor, ele(a) próprio(a) ou alguém anteriormente, mas sim importa que, o dano ambiental envolvendo o fornecedor ocorreu, gerando necessidade de resposta. Sendo uma dessas respostas o desenvolvimento de capacidades para lidar e ou evitar que essas situações ocorram. Nesse aspecto, a teoria das Capacidades Dinâmicas é uma das lentes mais apropriadas para a compreensão da adaptação contínua das organizações frente às adversidades, incluindo neste caso, a questão ambiental na cadeia de suprimentos.

Assim como a Responsabilidade *per se*, não se mostrou suficiente, a origem de dano ambiental envolvendo o fornecedor também não se mostrou significativa. Mais uma vez a ocorrência do dano ambiental, se gerado pela natureza ou pelo fornecedor não ficou em primeiro plano, permanecendo a Preocupação Ambiental do Gestor como protagonista na necessidade de desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes. Novamente o papel do gestor se mostra central para dar início ao desenvolvimento de mudanças e ações voltadas à sustentabilidade ambiental.

Os achados desta pesquisa contribuem para a incorporação de aspectos de ordem gerencial, como a preocupação com o ambiente, bem como, a importância das Capacidades Dinâmicas como motor do desenvolvimento de capacidades organizacionais voltadas à sustentabilidade. Como destacam Tondolo *et al.* (no prelo), os gestores estão mais proeminentes para agir pró-ambiente quando suas próprias características e percepções estão inclinadas para uma atitude voltada à preservação do ambiente.

Como contribuições gerenciais este estudo destaca a importância do desenvolvimento da consciência ambiental nas organizações. Independente de quem foi o responsável e qual foi a causa principal do dano, a ação e a busca pelo desenvolvimento de capacidades que possam gerar mudança depende das atitudes dos gestores, sendo essa atitude impulsionada por suas crenças, percepções e modo de encarar as situações e o ambiente.

## **6 CONCLUSÃO**

O estudo analisou o efeito do dano ambiental do fornecedor na percepção dos gestores sobre a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes, e se esse efeito é mediado pela preocupação ambiental. Para tal foi empregado o experimento baseado em vinhetas fatorial 2x2. Os resultados indicaram que a Responsabilidade pela seleção do fornecedor envolvido no dano ambiental não afeta diretamente a percepção de necessidade de desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

Os resultados também indicaram que a Controlabilidade, ou seja, se o dano ambiental em que o fornecedor está envolvido, foi gerado pela natureza ou pelo próprio fornecedor, não modera a relação entre Responsabilidade e a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes. O destaque na análise realizada foi a Preocupação Ambiental do gestor, mediando a relação entre Responsabilidade e a necessidade de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes.

Os achados contribuem para elucidar como os aspectos externos e internos da empresa em relação aos danos ambientais do fornecedor interagem nas Capacidades Dinâmicas de Compra Verdes. Nesse sentido, os resultados sugerem que: A preocupação ambiental medeia o efeito do dano ambiental do fornecedor e a necessidade de desenvolvimento de desenvolver Capacidades Dinâmicas de Compras Verdes; e, os aspectos internos da empresa (responsabilidade e preocupação ambiental) mostraram-se mais importantes do que os externos (controlabilidade sobre o dano ambiental).

Como limitações destaca-se que o estudo analisou somente a dimensão ambiental da sustentabilidade. As demais dimensões, econômica e ambiental também merecem destaque. Nesse sentido, sugere-se um estudo incluindo nos cenários aspectos econômicos e sociais, com o objetivo de verificar se a interação desses aspectos pode, de alguma forma, modificar os achados desta pesquisa.

## **REFERÊNCIAS**

- Akhtar, F. (2022). Big-five Personality Traits and Pro-environmental Investment Specifics from an Emerging Economy. *Global Business Review*, 23(2), 354–371. <https://doi.org/10.1177/0972150919858485>
- Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., Doe, J., & Adjaisson, G. K. (2022). Green marketing and the SDGs: Emerging market perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(3), 310–327. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2018-0543>
- Andersén, J., Jansson, C., & Ljungkvist, T. (2020). Can environmentally oriented CEOs and environmentally friendly suppliers boost the growth of small firms? *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 325–334. <https://doi.org/10.1002/bse.2366>
- Asif, M. S., Lau, H., Nakandala, D., Fan, Y., & Hurriyet, H. (2020). Adoption of green supply chain management practices through collaboration approach in developing countries – From literature review to conceptual framework. *Journal of Cleaner Production*, 276, 124191. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124191>
- Carter, C. R., & Carter, J. R. (1998). Interorganizational determinants of environmental purchasing: initial evidence from the consumer products industries. *Decision Sciences*, 29(3), 659–684. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1998.tb01358.x>
- Chen, Y.-S., & Chang, C.-H. (2013). The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, and Green Creativity. *Journal of Business Ethics*, 116(1), 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>
- Dai, J., Cantor, D. E., & Montabon, F. L. (2015). How Environmental Management Competitive Pressure Affects a Focal Firm's Environmental Innovation Activities: A Green Supply Chain Perspective. *Journal of Business Logistics*, 36(3), 242–259. <https://doi.org/10.1111/jbl.12094>
- Dunn, B., Jensen, M. L., & Ralston, R. (2021). Attribution of responsibility after failures within platform ecosystems. *Journal of Management Information Systems*, 38(2), 546–570. <https://doi.org/10.1080/07421222.2021.1912937>
- Foo, M. Y., Kanapathy, K., Zailani, S., & Shaharudin, M. R. (2019). Green purchasing capabilities, practices and institutional pressure. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(5), 1171–1189. <https://doi.org/10.1108/MEQ-07-2018-0133>
- Genovese, A., Acquaye, A. A., Figueroa, A., & Koh, S. C. L. (2017). Sustainable supply chain management and the transition towards a circular economy: Evidence and some applications. *Omega*, 66, 344–357. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2015.05.015>
- Gliedt, T., & Parker, P. (2010). Dynamic capabilities for strategic green advantage: Green electricity purchasing in North American firms, SMEs, NGOs and agencies. *Global Business and Economics Review*, 12(3), 171. <https://doi.org/10.1504/GBER.2010.034892>
- Green, K., Morton, B., & New, S. (1998). Green purchasing and supply policies: Do they improve companies' environmental performance? *Supply Chain Management: An International Journal*, 3(2), 89–95. <https://doi.org/10.1108/13598549810215405>
- Hartmann, P., & Apaolaza-Ibañez, V. (2012). Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern. *Journal of Business Research*, 65(9), 1254–1263. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.11.001>
- Hartmann, J., & Moeller, S. (2014). Chain liability in multitier supply chains? Responsibility attributions for unsustainable supplier behavior. *Journal of Operations Management*, 32(5), 281–294. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2014.01.005>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based approach*. 2. ed. New York: The Guilford Press.
- Huang, W. (2008). The impact of other-customer failure on service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 19(4), 521–536. <https://doi.org/10.1108/09564230810891941>

- Jaiswal, D., & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60–69. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.008>
- Jaiswal, D., Kaushal, V., Singh, P. K., & Biswas, A. (2020). Green market segmentation and consumer profiling: A cluster approach to an emerging consumer market. *Benchmarking: An International Journal*, 28(3), 792–812. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0247>
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research Directions. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 128–143. <https://doi.org/10.1016/j.ism.2015.04.001>
- Liu, Y., Zhu, Q., & Seuring, S. (2017). Linking capabilities to green operations strategies: The moderating role of corporate environmental proactivity. *International Journal of Production Economics*, 187, 182–195. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.03.007>
- Mansoor, A., Jahan, S., & Riaz, M. (2021). Does green intellectual capital spur corporate environmental performance through green workforce? *Journal of Intellectual Capital*, 22(5), 823–839. <https://doi.org/10.1108/JIC-06-2020-0181>
- Mir, S., Aloysius, J. A., & Eckerd, S. (2017). Understanding Supplier Switching Behavior: The Role of Psychological Contracts in a Competitive Setting. *Journal of Supply Chain Management*, 53(3), 3–18. <https://doi.org/10.1111/jscm.12115>
- Miranda, G. A., Welbourne, J. L., & Sariol, A. M. (2020). Feeling shame and guilt when observing workplace incivility: Elicitors and behavioral responses. *Human Resource Development Quarterly*, 31(4), 371–392. <https://doi.org/10.1002/hrdq.21395>
- Munyon, T. P., Jenkins, M. T., Crook, T. R., Edwards, J., & Harvey, N. P. (2019). Consequential cognition: Exploring how attribution theory sheds new light on the firm-level consequences of product recalls. *Journal of Organizational Behavior*, 40(5), 587–602. <https://doi.org/10.1002/job.2350>
- Nisar, Q. A., Haider, S., Ali, F., Jamshed, S., Ryu, K., & Gill, S. S. (2021). Green human resource management practices and environmental performance in Malaysian green hotels: The role of green intellectual capital and pro-environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127504. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127504>
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>
- Polyviou, M., Rungtusanatham, M. J., Reczek, R. W., & Knemeyer, A. M. (2018). Supplier non-retention post disruption: What role does anger play? *Journal of Operations Management*, 61(1), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2018.07.001>
- Polyviou, M., Rungtusanatham, M. J., & Kull, T. J. (2022). Supplier selection in the aftermath of a supply disruption and guilt: Once bitten, twice (not so) shy. *Decision Sciences*, 53(1), 28–50. <https://doi.org/10.1111/dec.12528>
- Prakash, G., & Pathak, P. (2017). Intention to buy eco-friendly packaged products among young consumers of India: A study on developing nation. *Journal of Cleaner Production*, 141, 385–393. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.116>
- Preuss, L. (2001). In Dirty Chains? Purchasing and Greener Manufacturing. *Journal of Business Ethics*, 34(3/4), 345–359. <http://www.jstor.org/stable/25074644>
- Rungtusanatham, M., Wallin, C., & Eckerd, S. (2011). The vignette in a scenario-based role-playing experiment. *Journal of Supply Chain Management*, 47(3), 9–16. <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.2011.03232.x>
- Sarkis, J., & Dhavale, D. G. (2015). Supplier selection for sustainable operations: A triple-bottom-line approach using a Bayesian framework. *International Journal of Production Economics*, 166, 177–191. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.11.007>



- Shah, N., & Soomro, B. A. (2021). Internal green integration and environmental performance: The predictive power of proactive environmental strategy, greening the supplier, and environmental collaboration with the supplier. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1333–1344. <https://doi.org/10.1002/bse.2687>
- Souza, J. L., Tondolo, V. A. G., Sarquis, A. B., Longaray, A. A., Tondolo, R. D. R. P., & Costa, L. M. D. (2020). Effect of perceived value, risk, attitude and environmental consciousness on the purchase intention. *International Journal of Business Environment*, 11(1), 11-31. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2020.105466>
- Souza, J. L., Tondolo, V. A. G., Tondolo, R. R. P., Lunardi, G. L., & Brambilla, F. R. (2022). Dano ambiental: quando a raiva pode levar à descontinuidade do fornecedor. *Revista de Administração de Empresas*, 62(2), 1-15. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020220204>
- Spillan, J. E., McGinnis, M. A., Kara, A., & Liu Yi, G. (2013). A comparison of the effect of logistic strategy and logistics integration on firm competitiveness in the USA and China. *The International Journal of Logistics Management*, 24(2), 153–179. <https://doi.org/10.1108/IJLM-06-2012-0045>
- Tate, W. L., Ellram, L. M., & Dooley, K. J. (2012). Environmental purchasing and supplier management (EPSM): Theory and practice. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 18(3), 173–188. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2012.07.001>
- Taufique, K. Md. R., & Vaithianathan, S. (2018). A fresh look at understanding Green consumer behavior among young urban Indian consumers through the lens of Theory of Planned Behavior. *Journal of Cleaner Production*, 183, 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.097>
- Tondolo, V. A. G., Paiva, E. L., Tondolo, R. da R. P., & Santos, J. B. (no prelo). Sustainable orientation and purchasing: what about a remanufactured component? *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-06-2021-0323>
- Tsarenko, Y., Ferraro, C., Sands, S., & McLeod, C. (2013). Environmentally conscious consumption: The role of retailers and peers as external influences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(3), 302-310. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.01.006>
- Woo, C., Kim, M. G., Chung, Y., & Rho, J. J. (2016). Suppliers' communication capability and external green integration for green and financial performance in Korean construction industry. *Journal of Cleaner Production*, 112, 483–493. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.05.119>
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732–739. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.120>
- Yee, F. M., Shaharudin, M. R., Ma, G., Mohamad Zailani, S. H., & Kanapathy, K. (2021). Green purchasing capabilities and practices towards Firm's triple bottom line in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 307, 127268. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127268>
- Yook, K. H., Choi, J. H., & Suresh, N. C. (2018). Linking green purchasing capabilities to environmental and economic performance: The moderating role of firm size. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 24(4), 326–337. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2017.09.001>
- Zhang, S., Wang, Z., & Zhao, X. (2019). Effects of proactive environmental strategy on environmental performance: Mediation and moderation analyses. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1438–1449. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.220>
- Zhu, Q., Feng, Y., & Choi, S.-B. (2017). The role of customer relational governance in environmental and economic performance improvement through green supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 155, 46–53. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.124>