

1 INTRODUÇÃO

O surgimento das revisões sistemáticas da literatura caracteriza uma evolução na avaliação teórica de forma objetiva sobre um determinado tema (Hopayian, 2001). A revisão sistemática da literatura permite a identificação, avaliação e interpretação dos estudos de uma determinada área, obtendo como resultados a organização de conceitos e a sumarização do estado da arte de uma área específica em forma de um projeto reproduzível (Rowley e Slack, 2004; Seuring e Müller, 2008). Deste modo, sua execução é necessária e importante para o melhor entendimento sobre questões relacionadas a um assunto (Burgess, Singh e Koroglu, 2006), além de oferecer o direcionamento para estudos futuros que podem complementar as lacunas identificadas.

Ao contrário de revisões narrativas, que oferecem uma visão amplificada, podendo às vezes emitir um ponto de vista particular, as revisões sistemáticas procuram respostas sobre questões focadas, resumindo estudos (identificados e selecionados, metodologicamente) por meio de protocolos procedimentais que objetivam validá-los (Tseng, Dahm, Poolman, Preminger, Canales e Montori, 2008a).

Diversos pesquisadores desenvolvem revisões sistemáticas da literatura sobre um tema de interesse, contribuindo assim com um trabalho teórico que mostra o real estado da arte do tema pesquisado no que tange a publicações. Estas revisões são muito utilizadas por pesquisadores nas diversas áreas da Engenharia de Produção, como exemplos: Ngai e Wat (2002) fazem a revisão e a classificação da literatura sobre “Comércio Eletrônico” entre os anos de 1993 e 1999; Becheikh, Landry e Amara (2006) pesquisam sobre “Inovações Tecnológicas no Setor de Manufatura” durante os anos de 1993 a 2003; Burgess *et al.* (2006) estudam o intervalo de 1985 a 2003 sobre “Gestão da Cadeia de Suprimentos”; Marasco (2008) conduz um estudo sobre a evolução em 17 (dezessete) anos – 1989 a 2006 – das publicações relativas à “Terceirização em Logística”; Seuring e Müller (2008) avaliam o comportamento de estudos sobre “Gestão da Cadeia de

Suprimentos Sustentável” no intervalo de 1994 a 2007; Das (2009) aborda trabalhos sobre “*Marketing* de Relacionamento” publicados em 12 anos (1994 a 2006); Pokharel e Mutha (2009) levantam uma perspectiva sobre “Logística Reversa” analisando os anos de 1971 a 2008; Ngai, Xiu e Chau (2009) estudam a “Aplicação de Técnicas de *Data Mining* na Gestão do Relacionamento com o Consumidor” no intervalo entre 2000 e 2006; e Lacity, Khan e Willcocks (2009) apresentam um estudo sobre “Terceirização de Tecnologia de Informação” nos anos de 1990 a 2008.

A variedade de produtos tem recebido grande atenção por muitas indústrias (Bayus e Putsis, 1999; Schleich, Schaffer e Scavarda, 2007; Reis, 2009; Scavarda, Schaffer, Scavarda, Reis e Schleich, 2009; Scavarda, Reichhart, Hamacher e Holweg, 2010), nas quais as empresas consideram a definição da linha de produtos a ser oferecida ao cliente final como uma decisão importante (Villas-Boas, 2009). A abordagem sobre a VP tem sido feita por diversas perspectivas, incluindo de produção, de *marketing* e econômicas (Lancaster, 1990; Tang e Yam, 1996; Reis, 2009), obtendo uma grande importância nas estratégias de negócios das empresas (Da Silveira, 1998).

A variedade de produtos é definida como o número de versões diferentes de um produto oferecido por uma empresa em um instante observado (Randall e Ulrich, 2001). O termo pode ser definido ainda com base em duas dimensões: (1) a faixa de produtos que a empresa oferece em um dado tempo e; (2) a taxa com que as empresas trocam os produtos existentes por produtos novos (Fisher, Ramdas e Ulrich, 1999), o que Pil e Holweg (2004) definem como variedade estática e variedade dinâmica, respectivamente. Prasad (1998) define a variedade de produtos como o resultado da montagem de partes para providenciar um conjunto de funções úteis, que os consumidores percebem como “valioso”.

Aumentar a variedade de produtos pode atrair mais clientes, entretanto cria um conflito entre gerenciá-la do lado da demanda e do lado do suprimento (Pil e Holweg, 2004). Isto leva as empresas à tentativa de buscar o nível ótimo da variedade ofertada, para que se alcance o *trade-off* entre os objetivos de ambos (clientes e empresas) (Villas-Boas, 2009; Scavarda *et al.*, 2010).

Apesar de existirem estudos de revisão sistemática da literatura em temas relacionados à Engenharia de Produção, não foram encontrados artigos que utilizassem tal método para analisar a Gestão da Variedade de Produtos (GVP)

dentro das fontes de informações disponíveis, caracterizando como fator preponderante para determinar o problema deste estudo. Assim, esta dissertação tem como objetivo, por meio da revisão sistemática, elaborar uma análise do conteúdo da literatura (*content analysis*), integrando os diversos achados dos artigos científicos relacionados à GVP e destacando o estado da arte. Espera-se que os resultados sirvam de auxílio na identificação de temas amplamente estudados e tratados e de possíveis lacunas e/ou contradições que ofereçam terreno fértil para estudos futuros. Os objetivos da dissertação contemplam também o desenvolvimento de uma proposta de um *framework* para guiar a revisão sistemática.

Esta dissertação está estruturada em 5 (cinco) capítulos, sendo este primeiro o introdutório. O Capítulo 2 apresenta o *framework* utilizado como base para a revisão sistemática. O Capítulo 3 mostra a metodologia de elaboração deste estudo. O Capítulo 4 retrata os resultados e suas respectivas análises, com base no *framework* proposto. Por fim, o Capítulo 5 emite as conclusões da pesquisa e propostas para estudos futuros.