

8 Referências Bibliográficas

ABIHPEC (2008) **Panorama do Setor Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**, ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 08 de agosto de 2008, São Paulo, disponível em www.abihpec.org.br, acessado em 05 de Abril de 2009.

AGRAWAL, M.; KUMARESH, T.V.; MERCER, G.A. The false promise of mass customization, **The McKinsey Quarterly**, No. 3, p. 62-71, 2001.

ALVAREZ, R. R.; PROENÇA, A.; ANDRÉREZ, D. P. S. **Rio automotivo: elementos da realidade e perspectivas de desenvolvimento**. SEBRAE/RJ, Rio de Janeiro, 2002.

ANDERSON, S.W. Direct and indirect effects of product mix characteristics on capacity management decisions and operating performance, **International Journal of Flexible Manufacturing Systems**, Vol. 13, No. 3, p. 241-265, 2001.

APPELQVIST, P.; GUBI, E. Postponed variety creation: case study in consumer electronics retail. **International Journal of Retail & Distribution Management**, Vol. 33, No.10, p. 734-748, 2005.

BARBOSA, T. **Gerenciando a variedade de produtos: um estudo comparativo na indústria automobilística**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2006.

BAYUS, B.; ERICKSON, G.; JACOBSON, R. The financial rewards of new products introductions in the personal computer industry. **Management Science**, Vol. 49, No.2, p. 197-210, 2003.

BAYUS, B.; PUTSIS, W. Product proliferation: An Empirical Analysis of Product Line Determinants and Market Outcomes. **Marketing Science**, Vol. 18 No.2 p. 137, 1999.

BENJAFFAR, S.; KIM, J.; VISHWANADHAM, N. On the Effect of Product Variety in Production-Inventory Systems, **Annals of Operations Research**, Vol. 126, No. 1-4, p. 71-101, 2004.

BENNETT, D.; FORRESTER, P. Product Variety and Just-in-time: Conflict and Challenge. **The International Journal of Logistics and Management**, Vol. 5, No.1, 1994.

BNDES, BNDES Setorial, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, Rio de Janeiro, No. 25, p. 131-156, Março/2007.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo, Editora: Atlas, 2001.

BRAMHAM, J.; MACCARTHY, B.; GUINERY, J. Managing product variety in quotation processes”, **Journal of Manufacturing Technology Management**, Vol. 16, No. 4, p. 411-431, 2005.

BRYNJOLFSSON, E.; HU, J.; SMITH, M. Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers. **Management Science**, Vol. 49, No. 11, p. 1580-1596, 2003.

CARVALHO, E. Globalização e estratégias competitivas na indústria automobilística: uma abordagem a partir das principais montadoras instaladas no Brasil, **Gestão & Produção**, Vol. 12, No. 1, p. 121-133, 2005.

CHAKRAVARTY, A.K.; BALAKRISHNAN, N. Achieving product variety through optimal choice of module variations”, **IIE Transactions**, Vol. 33, No. 7, p. 587-598, 2001.

CHASE, R.B.; AQUILANO, N.J. **Dirección y Administración de la Producción y de las Operaciones**. Cidade do México: McGraw-Hill, 1995.

CHOPRA, S.; MENDEL, P. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos; estratégia, planejamento e operação**. Prentice-Hall, 2003.

COPACIU, F.; WILKE, J.; HAMI-NOBARI, S. **D1.1.3 - Specification of the methodology for the evaluation of complexity**, Relatório interno do projeto ILIPT, nov., 2005.

COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS, disponível em <http://www.cscmp.org/>, acessado em 08 de Agosto de 2009.

COX, J.F.; BLACKSTONE, J.H. Jr. **Apics Dictionary – Ninth Edition**. Alexandria, VA: APICS, 1998.

CROXTON, K. L.; GARCIA-DASTUGUE, S; LAMBERT, D. M.; ROGERS, D.S. The supply chain management process, **The International Journal of Logistics Management**, v. 12, n. 2, pp. 13-36, 2001.

DA SILVEIRA, G. A framework for the management of product variety. **International Journal of Operations & Production Management**, Vol. 18, No. 3, p. 271-285, 1998.

DEARLOVE, Des e CRAINER, Stuart. **O livro definitivo das marcas**. Trad. de Maria Lúcia G.L.Rosa. Rev. Écnica de Aaarão Sapiro. São Paulo: Makron Books, 2000.

DRAGANSKA, M.; JAIN, D. Product-Line Length as a Competitive Tool. **Journal of Economics & Management Strategy**, Vol. 14, No. 1, p. 1-35, 2005.

ECR Brasil – Resposta Eficiente ao Consumidor (2009), disponível em <http://www.ecrbrasil.com.br/ecrbrasil/page/index.asp>, acessado em 08 de Agosto de 2009.

FISHER, M.; ITTNER, C. The Impact of Product Variety on Automobile Assembly Operations: Empirical Evidence and Simulation Analysis, **Management Science**, Vol. 45, No. 6, p. 771-786, 1999.

FISHER, M.; ULRICH, K.; RAMDAS, K. Component sharing in the management of product variety: A study of automotive braking systems. **Management Science**, Vol. 45, No. 3, p. 297-315, 1999.

GARCIA, R.; FURTADO, J. **A indústria de cosméticos – estudo de competitividade por cadeias integradas**. São Paulo: EPUSP, 2002.

GARCIA, R.; FURTADO, J.; HIRATUKA, C.; SABATTINI, R; MATUSITA, A.P. Indústria de cosméticos: elementos para uma caracterização de sua estrutura e dinâmica com base num enfoque de cadeia produtiva. Campinas: IE/ UNICAMP, 2000.

GHISI, F.A., SILVA A.L., Implantação do Efficient Consumer Response (ECR): um estudo multicaso com indústrias, atacadistas e varejistas, *Revista de administração Contemporânea*, Vol. 10, No. 3, p. 111-132, 2006

HANDFIELD, R.; NICHOLS, E. (1999). Introduction to supply chain management. New Jersey: Prentice Hall.

HUI, K. Product Variety Under Brand Influence: An Empirical Investigation of Personal Computer Demand. *Management Science*, Vol. 50, No. 5, p.686-700, 2004.

HOLWEG, M.; GREENWOOD, A. Product variety, life cycles and rates of innovation: trends in the UK automotive industry, **World Automotive Manufacturing**, No. 36, abr., p. 12-16, 2001.

HOLWEG, M.; JONES, D.T. The Build-to-Order Challenge: What it really takes to let Customer Orders drive the Assembly Schedule. **Automotive World**, jan.–feb., p. 40-45, 2001.

HOLWEG, M.; PIL, F.K. **The Second Century: Reconnecting Customer and Value Chain through Build-to-Order**, The MIT Press, Cambridge, MA, 2004.

HOWARD, M.; YOUNG, K.; GRAVES, A. Towards the 3Daycar: vehicle design and its impact on rapid build-to-order. **International Journal of Vehicle Design**, Vol. 26, No. 5, p. 455-468, 2001.

IYENGAR, S.; LEPPER, M. When Choice is Demotivating: Can one Desire too Much of a Good Thing? **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 79, No. 6, p. 995-1006, 2000.

KAPLAN, R.S.; COOPER, R. (1998) *Custo e Desempenho: administre seus custos para ser mais competitivo*. São Paulo: Futura, 1998.

KLAPPER, D. An econometric analysis of product variety impact on competitive market conduct in consumer goods markets”, **OR Spectrum**, Vol. 27, No. 4, p. 583-601, 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. Prentice Hall, 12a edição, 2005 (ISBN 8576050013)

KRISHNAN, V.; ULRICH, K. Product development decisions: a review of the literature. **Management Science**, Vol. 47, No. 1, p. 1-21, 2001.

LAMBERT, D. M.; COOPER, M. C. (2000) **Issues in supply chain management**. Industrial Marketing Management, Vol 29, p. 65–83, Elsevier Science Inc.

LANCASTER, K. The economics of product variety: A pesquisa, **Marketing Science**, Vol. 9, No. 3, p. 189-206, 1990.

MACDUFFIE, J.; SETHURAMAN, K.; FISHER, M. Product Variety and Manufacturing Performance: Evidence from the International Automotive Assembly Plant Study. **Management Science**, Vol. 42, No. 3, p. 350-369, 1996.

MAPES, J.; NEW, C.; SZWEJCZEWSKI, M. Performance trade-offs in manufacturing plants, **International Journal of Operations & Production Management**, Vol. 17, No. 10, p. 1020-1033, 1997.

MARTINS, R. **Estratégia de compras na indústria brasileira de higiene pessoal e cosméticos: Um estudo de caso**. Dissertação de Mestrado. Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

MENDELSON, H.; PARLAKTURK, A. Product-Line Competition: Customization vs. Proliferation. **Management Science**, Vol. 54, p. 2039-2053, 2008.

MOTTA, L. **Uma análise da aplicação da matriz de portfólio de Kraljic no processo de compra de uma empresa de cosméticos no Brasil**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2008.

NIELSEN **Retail index bimestral** Julho – Agosto de 2007 (categorias: Shampoo e Pós- shampoo) – <http://br.acnielsen.com/site/index.shtml>, acessado em 13 de Abril de 2009.

OAKS, S.; MARKHAM, B.; MEHLTRETTER, S. Managing Supply Chains in The 21st Century, **A.T. Kearney Executive Agenda**, Third Quarter, 2003.

PIL, F.; HOLWEG, M. Linking Product Variety to Order-Fulfillment Strategies, **Interfaces**, Vol. 34, No. 5, p. 394-403, 2004.

PIRES, S.R.I *Gestão da Cadeia de Suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos*, 1 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004

RAMAN, N.; CHHAJED, D. Simultaneous determination of product attributes and prices, and production processes in product-line design, **Journal of Operations Management**, Vol. 12, No. 3-4, p. 187-204, 1995.

RAMDAS, K.; SAWHNEY, M. A Cross-Functional Approach to Evaluating Multiple Line Extensions for Assembled Products. **Management Science**, Vol. 47, No. 1, p. 22-36, 2001.

RANDALL, T.; ULRICH, K. Product Variety, Supply Chain Structure, and Firm Performance: Analysis of the U.S. Bicycle Industry. **Management Science**, Vol. 47, No. 12, p. 1588–1604, 2001.

REIS, A. **Gestão da variedade de produtos na indústria automobilística mundial**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2009.

ROCHA, A., CHRISTENSEN, C., **Marketing: Teoria e Prática no Brasil**, 2ª Edição, São Paulo: Atlas, 1999.

SCAVARDA, L.; BARBOSA, T.; HAMACHER, S. Comparação entre as tendências e estratégias da indústria automobilística no Brasil e na Europa, **Gestão & Produção**, Vol. 12, No. 3, p. 361-375, 2005.

SCAVARDA, L.F.; REIS, A.C.; SCHAFFER, J.; CARMO, A.S, Schleich, H. Product Variety: An Auto Industry Analysis and a Benchmarking Study. **Benchmarking: na international Journal**, Vol. 16 No. 3, p. 387-400, 2009.

SCHLEICH, H.; LINDEMANN, E.; MIEMCZYK, J.; STONE, G.; HOLWEG, M.; KLINGEBIEL, K.; SEEWALD, J.; ESTERHÁZY, M.; KAUTH, J.; SEIDEL, T. **D7/8.1.3 Analysis of the state of the art of complexity management**, Relatório interno do projeto ILIPT, jun., 2005.

SCHLEICH, H., SCHAFFER, J., VOSS, O., KELLER, P. (2008), **D7.6.2 Report on the Validity of the CCM**, working paper (1999-12259) ILIPT Project, Nuremberg, Germany.

SELTENE, M.; BRUNEL, O. Brand Extension: The Moderating Role Of The Category To Which The Brand Extension Is Found. **Journal of Product & Brand Management**, Vol. 17, No. 6, p. 393–402, 2008.

SOUZA, G.; BAYUS, B.; WAGNER, H. New Product Strategy and Industry Clockspeed. **Management Science**, Vol. 50, No. 4, p. 537–549, 2004.

TANG, E.; YAM, R. Product Variety Strategy – An Environmental Perspective. **Integrated Manufacturing Systems**, Vol. 7, No. 6, p. 24-29, 1996.

THONEMANN, U.W.; BRADLEY, J.R The effect of product variety on supply-chain performance, **European Journal of Operational Research**, Vol. 143, No. 3, p. 548-569, 2002.

VAAGEN, H.; WALLACE, S. Product Variety Arising from Hedging in the Fashion Supply Chains. **International Journal Production Economics**, Vol. 114, p. 431-455, 2008.

WALLER, B. The Customer and the 3DayCar: focus groups report, **3DayCar Programme Report**, Referência M2 – 5/00, mai. 2000.

WALLER, B. Managing demand / selling time: How to achieve optimised production schedules and profit maximization in a build to order automotive manufacturing system, **3DayCar Programme Report**, Referência M3 – 9/01, set. 2001.

Apêndice

Questionário de Pesquisa - Mestrado Profissional em Logística – PUC-RIO

O questionário a seguir é parte integrante da Dissertação de Mestrado da aluna Silvia Brafman cujo tema é: “Gestão da Variedade de Produtos na Indústria de Cosméticos”. O objetivo do trabalho é quantificar, comparar e analisar, de forma empírica, o comportamento da variedade de xampus no mercado brasileiro de varejo. Todas as informações serão tratadas de forma sigilosa, não havendo identificação do respondente. Ao final do trabalho, os dados compilados da pesquisa poderão ser disponibilizados para os respondentes, bastando apenas que me informem o e-mail para o qual deverei enviar a pesquisa.

- 1) Citar os principais motivos que levam a empresa a aumentar a variedade de produto (Xampu). Ordenar os motivos em grau de importância.
- 2) Citar os principais problemas oriundos deste aumento de variedade na empresa. Ordenar os motivos em grau de importância.
- 3) Onde estão os principais custos relacionados ao aumento de variedade de produto?
- 4) Existe algum processo de mitigação para minimizar os problemas oriundos da expansão da variedade de produtos? Cite exemplos para ilustrar.
- 5) Como é o processo decisório de determinação da variedade de um produto para o mercado Brasileiro? (É tudo feito na matriz ou tudo no Brasil? Ou com algumas etapas em cada país?) Quais são as informações usadas? Qual o papel de sua área na definição da variedade? E no caso de exportação, quem define a variedade? (por exemplo, pode o mercado comprador / Argentina definir tudo e o mercado produtor / Brasil seguir as regras do “cliente”?).
- 6) Existe caso de adaptação de um determinado produto para atender uma demanda local?
- 7) Existe alguma diferença de processo para a sua área quando o produto é para exportação ou algum canal interno?
- 8) Quais são os critérios para aumentar e para reduzir uma variedade de produto (por exemplo, vendas do produto, renda do mercado, pontos de distribuição, participação de mercado, tempo de mercado, etc.)?

- 9) Você acha adequada a atual variedade de produtos da empresa ou ela deveria aumentar ou diminuir?