

ALDERSON, Wroe, **Marketing Efficiency and the Principle of Postponement.** Cost and Profit Outlook 3, 1950

AVIV, Yossi e FEDERGRUEN, Awi, **The Benefits of Design for Postponement.** Kluwer Academic, 1999

ABRAMCZUK, André Ambrosio, **Os Relacionamentos na Cadeia de Suprimento sob o Paradigma da Desintegração Vertical de Processos: Um Estudo de Caso.** Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, Escola Politécnica, 2001.

BAHIA, Sergio Rodrigues, **Modelo para Elaboração de Código de Obras e Edificações.** Rio de Janeiro : IBAM, 1997.

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial.** 1º ed. São Paulo : Editora Atlas, 1993.

_____, Reformulating a Logistics Strategy: A Concern for the Past, Present and Future. **International Journal of Physical Distribution and Logistics Management**, Vol. 23, Nº. 5, p. 30-38, 1993.

BARROS, M. **Metodologia para Implementação de Tecnologias Construtivas Racionalizadas na Produção de Edifícios,** Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, Escola Politécnica, 1996.

BERTELSEN, S. e NIELSEN, J. **Just-in-time Logistics in the Supply of Buildings Materials, International Conference on Construction Industry Development: The Building Together,** Proceedings, Vol. 1, p. 310-318, 1997.

BOLGAR, Hedda. **The Case Study Method. In: WOLMAN, B., Hardbook of Clinical Psychology.** New York : Mc Graw-Hill, 1965

BOONE, Louis E. e KURTZ, David L. **Marketing Contemporâneo.** 8º. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora S.A.

BOWERSOX, Donald J. e CLOSS, David J. **Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process.** 1. ed. McGraw-Hill, 1996.

_____. **Logística Empresarial: O Processo de Integração da Cadeia de Suprimentos.** 1º. ed. São Paulo : Editora Atlas, 2001

BOWERSOX, Donald J. e COOPER, M.B. **Strategic Marketing Channel Management**. N.Y. McGraw-Hill, 1992.

BUCKLIN, Louis P. **Postponement, Speculation and the Structure of Distribution Channels**, 2001.

CARDOSO, F. Importância dos Estudos de Preparação e da Logística na Organização dos Sistemas de Produção de Edifícios: Alguns Aprendizados a Partir da Experiência Francesa. **Seminário Lean Construction – A Construção Sem Perdas**, São Paulo, Anais, Vol. 1, 1996.

CARDOSO, Patrícia Alcântara. **O Princípio da Postergação: Um Estudo na Cadeia de Suprimentos das Tintas para Impressão**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Engenharia de Produção, 2002.

COOPER, Nicolas F. **Lojas de Conveniência em postos de Combustível no Rio de Janeiro: Uma Avaliação do Processo de Distribuição do Canal**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2000.

COX, A., SANDERSON, J. e WATSON, G. Supply Chains and Power Regimes: toward an Analytic Framework for Managing Extended Networks of Buyer and Supplier Relationships. **The Journal of Supply Chain Management Association**, Vol. 37, N^o. 2, p. 28-35, 2001.

CHRISTOPHER, Martin. **A Logística do Marketing**. 3^o. ed. São Paulo : Editora Futura. 2001.

_____. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Estratégias para a Redução de Custos e Melhoria dos Serviços**. 1^o. ed. São Paulo : Editora Pioneira. 1997.

_____. **Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Costs and Improving Services**. London : Pitman. 1992.

COUNCIL OF LOGISTICS MANAGEMENT (CLM). Disponível na Internet <http://www.clm1.org/Mission/Logistics.asp>, acessada em Fevereiro de 2002.

DAVIS, Stanley M. From the Future Perfect: Mass Customization. **Planning Review**, March-April, p. 16-21, 1989.

DOBLER, D. e BURT, D. **Purchasing and Supply Management**. USA, McGraw Hill Companies, 1996.

DROGE, Cornelia, GERMAIN, Richard e SPEARS, Nancy E. Form Postponement as a Strategic Initiative Affecting Organizational Design, **American Marketing Association, Summer**, 1995

- FEITZINGER, Edward e LEE, Hau L. Mass Customization at Hewlett-Packard: The Power of Postponement, **Harvard Business Review**, January-February, p. 116-121, 2000.
- FISHER, Marshall L. What is the Right Supply Chain for Your Product. **Harvard Business Review**, **March-April**, p. 105-116, 1977.
- GARG, Amit e TANG, Christopher S. **On Postponement Strategies for Products Families with Multiple Points of Differentiation**, IIE Transactions, Vol. 29, p. 641-650, 1997.
- GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3^o. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.
- GUIDALI, Henrique. **A Utilização do Operador Logístico nas Empresas Brasileiras**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2001.
- HESKETT, James L. Logistics – Essencial to Strategy. **Harvard Business Review**, November-December, 1977.
- HOWARD, J. A. **Buyer Behavior in Marketing Strategy**. 2. ed. Prentice Hall, 1994.
- JONHSON, J. C. e WOOD, D. F. **Contemporary Logistics**. 6. ed. Prentice Hall, 1996.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 4^o ed. São Paulo: Editora Atlas, 1994.
- LA LONDE, B. Evolution of the Integrated Concept. **The Logistics Handbook**, p. 3-12, 1994.
- LACERDA, L. **Armazenagem Estratégica: Analisando Novos Conceitos**. Centro de Estudos Logísticos – COPPEAD. Agosto, em www.cel.coppead.ufrj.br/fr-conceitos.htm
- LEE, H. e TANG, Christopher S. **Modeling the Costs and benefits of Delayed Product Differentiation**. *Management Science*, Vol. 43, N^o 1, p. 40-53, 1997.
- MAISTER, David H. Centralization of Inventory and the Square Root Law. **International Journal of Physical Distribution**, Vol. 6, N^o. 3, p. 124-134, 1976.
- MARTINS, Gilgerto de Andrade. **Manual de Elaboração de Monografias e Dissertações**, 2^o. ed. São Paulo : Ed. Atlas, 1994

- MELHADO, S. B. **Qualidade de Projeto na Construção de Edifícios: Aplicação ao Caso das Empresas de Incorporação e Construção**. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, Escola Politécnica, 1994.
- MOTTA, Paulo Cesar. **Serviços: Pesquisando a Satisfação do Consumidor**, Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 1999.
- _____, Paulo Cesar. **Análise Conjunta**. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. mimeo, 1997.
- PAGH, Janus D. e COOPER, Martha C. Supply Chain Postponement and Speculation Strategies: How to Choose the Right Strategy. **Journal of Business Logistics**, Vol. 19, Nº 2, p. 13-33, 1998.
- RIBEIRO, Luiz Cesar Q. **Dos Cortiços aos Condomínios Fechados: As Formas de Produção da Moradia na Cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: BDC União Editoras, 1997.
- SCHARY, Philip B. e SKJOTT-LARSEN, Tage. **Manging the Global Supply Chain**. Handelshojkskolens Forlag, 1996.
- SELLTIZ, Claire; JAHODA, Marie; DEUSTCH, Morton e COOK, Stuart W. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. 2^o. ed., São Paulo : Editora Pedagógica e Universitária, 1994.
- SHAPIRO, Roy D. Get Leverage from Logistics. **Harvard Business Review**, Vol. 62 Nº. 3, p. 119-126, May-Jun, 1984.
- SILVA, Jose Roberto Potsch de Carvalho. **Televisão por Assinatura: Medidas de Utilidades dos Atributos que Influenciam as Escolhas dos Consumidores**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 1998
- SILVA, Marcelo Ghiaroni de Albuquerque, **Implantação do EDI Mercantil em Empresas Varejistas: Um Estudo de Caso**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 1998.
- STERN, L. W. e EL-ANSARY, A. I. **Marketing Channels**. USA: Prentice Hall, 1992.
- STUKHART, George e KIRBY, David, **Construction Materials Management**. USA: Marcel Dekker, 1995.
- THE COUNCIL of LOGISTICS MANAGEMENT, **CLM's Definition of Logistics**. Agosto/2001, em www.clm1.org/Mission/Logistics.asp

VAN HOEK, Remko I., Logistics and Virtual Intregation – Postponement, Outsourcing and the Flow of Information. **International Journal of Physical Distribution & Logistics**, Vol. 28, N^o. 7, p. 508 – 523, 1998.

_____, The Rediscovery of Postponement a Literature Review and Directions for Research, **Journal of Operations Management**, Vol. 19, p. 161-184, 2001.

VAN HOEK, Remko I., COMMANDEUR, Harry R. e VOS, Bart Recofiguring Logistics Systems Though Postponement Strategies. **Journal of Business Logistics**, Vol. 19, N^o. 1, p. 33-54, 1998.

VOS, Bert e VAN DER BERG, Edwin, Assessing International Allocation Strategies. **The International Journal of Logistics Management**, Vol. 7, No. 2, p. 69-84, 1996.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

ZINN, Walter Developing Heuritics to Estimate the Impact of Postponement on Safety Stock. **International Journal of Logistics Management**, Vol. 1, N^o. 2, p.11-16, 1990.

_____, Should You Assemble Products Before an Order Is Received?. **Business Horizons**, March-April, p. 70-73, 1990.

ZINN, Walter e BOWERSOX, Donald J., Plannig Physical Distribution with the Principle of Postponement. **Journal of Business Logistics**, Vol. 9, No. 2, p. 117-136,1988.

ANEXO 1 – MODELO DE HIERARQUIA DE NECESSIDADES DE MASLOW



Fonte: Kotler e Armstrong, 1993, p.83

1. Necessidades Fisiológicas

São as necessidades mais elementares do indivíduo, tais como: comida, moradia, vestimenta... Uma vez satisfeitas estas necessidades, o indivíduo partirá para o segundo nível.

2. Necessidades de Segurança

Corresponde a necessidade do indivíduo por segurança, proteção, defesa, integridade física...

3. Necessidades Sociais

Neste nível, as necessidades sociais são traduzidas como o desejo do indivíduo de ser aceito como membro da família, grupos sociais (sociedade) e ser aceito por outros indivíduos.

4. Necessidades de Estima

Dentro das necessidades consideradas de “estima” pode ser incluído o desejo do indivíduo pelo status, desejo de ser respeitado pelos demais, a auto-estima e o reconhecimento.

5. Necessidades de Auto-realização

Este nível é considerado o ponto alto das necessidades do indivíduo. Segundo Maslow poucos alcançam este patamar, onde o indivíduo preza o seu desenvolvimento pessoal e suas conquistas (pessoais e profissionais). Só após todas as necessidades dos níveis inferiores terem sido satisfeitas, o indivíduo se sentirá apto a alcançar os patamares mais altos das necessidades humanas.

ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO

1. Sexo:

Masculino
 Feminino

2. Qual sua faixa etária:

até 21 anos
 de 22 a 30 anos
 de 31 a 40 anos
 de 41 a 50 anos
 acima de 50 anos

3. Qual seu grau de instrução?

1º grau completo ou incompleto
 2º grau completo ou incompleto
 Superior incompleto
 Superior completo
 Pós graduação incompleta
 Pós graduação completa

4. Qual sua renda familiar? (Considerar a renda de todos os membros da família.)

até R\$ 2.000,00
 de R\$ 2.001,00 a R\$ 4.000,00
 de R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00
 de R\$ 6.001,00 a R\$ 8.000,00
 de R\$ 8.001,00 a R\$ 10.000,00
 mais de R\$ 10.001,00

5. Já possui moradia própria?

Sim
 Não

6. Atualmente, caso comprasse um apartamento, esse seria para investimento ou moradia?

Moradia
 Investimento

7. Na pergunta anterior, caso tenha respondido moradia, quantas pessoas morariam neste imóvel?

1
 2
 3
 4
 5
 mais que 5

8. Em relação ao preço de lançamento de um apartamento, quanto você estaria disposto a pagar a mais, para tê-lo pronto, na entrega das chaves, conforme suas necessidades de acabamento (pisos, paredes, louças e metais) e disposição dos cômodos?

<input type="checkbox"/>	Nada
<input type="checkbox"/>	até 5% do valor do apartamento
<input type="checkbox"/>	de 6 a 10% do valor do apartamento
<input type="checkbox"/>	de 11 a 15% do valor do apartamento
<input type="checkbox"/>	de 16 a 20% do valor do apartamento
<input type="checkbox"/>	mais de 20% do valor do apartamento

9. Como se sentiria caso as construtoras e incorporadoras de imóveis residenciais novos passassem a oferecer apartamentos com plantas flexíveis?

<input type="checkbox"/>	Muito satisfeito
<input type="checkbox"/>	Satisfeito
<input type="checkbox"/>	Nem satisfeito, nem insatisfeito
<input type="checkbox"/>	Insatisfeito
<input type="checkbox"/>	Muito insatisfeito

10. Qual a importância que você dá a oferta de apartamentos novos com plantas flexíveis?

<input type="checkbox"/>	Muito importante
<input type="checkbox"/>	Importante
<input type="checkbox"/>	Pouco importante
<input type="checkbox"/>	Sem importância

ANEXO 3 – CARTÕES DE ESTÍMULOS

<p>Opção A</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$210.000,00</p> <p>Barra</p>	<p>Opção B</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$130.000,00</p> <p>Recreio</p>	<p>Opção C</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$130.000,00</p> <p>Jacarepaguá</p>	<p>Opção D</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$130.000,00</p> <p>Vargem Grande</p>	<p>Opção E</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$170.000,00</p> <p>Barra</p>
<p>Opção F</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$170.000,00</p> <p>Recreio</p>	<p>Opção G</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$170.000,00</p> <p>Jacarepaguá</p>	<p>Opção H</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$170.000,00</p> <p>Vargem Grande</p>	<p>Opção I</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$250.000,00</p> <p>Barra</p>	<p>Opção J</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$250.000,00</p> <p>Recreio</p>
<p>Opção K</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$250.000,00</p> <p>Jacarepaguá</p>	<p>Opção L</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$250.000,00</p> <p>Vargem Grande</p>	<p>Opção M</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$210.000,00</p> <p>Barra</p>	<p>Opção N</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$130.000,00</p> <p>Recreio</p>	<p>Opção O</p> <p>Com Financiament o</p> <p>Planta Personalizável</p> <p>R\$210.000,00</p> <p>Jacarepaguá</p>
<p>Opção P</p> <p>Sem Financiament o</p> <p>Planta Padrão (única)</p> <p>R\$210.000,00</p> <p>Vargem Grande</p>				

ANEXO 4 - FOLHA DE INSTRUÇÕES

FOLHA DE INSTRUÇÕES

Esta pesquisa destina-se à Dissertação de Mestrado em Administração de Empresas de Roberto Môcho, aluno da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, orientado pelo Prof. Dr. André Lacombe.

Assuma, para fins de simulação, que você está interessado em comprar um imóvel. As opções disponíveis no mercado estão na planilha OPÇÕES. Após analisar cada uma das opções, por favor coloque-as em ordem de preferência. Utilize o campo cinza, abaixo de cada opção, indicando com o número 1 a opção que julgar melhor, com o número 2 a segunda melhor e assim por diante. **Somente após o preenchimento de todas as opções** será disponibilizado, na planilha QUESTIONÁRIO, um conjunto de 10 perguntas de múltipla escolha, que também deverão ser respondidas. Todas as respostas terão tratamento sigiloso. **O tempo estimado para responder todas as perguntas da pesquisa é de 10 minutos. As respostas deverão ser enviadas para o e-mail: betomocho@montreal.com.br**

Na elaboração das opções foram considerados alguns fatores que podem influenciar a decisão de compra de um imóvel novo. Para melhor avaliar as opções, os fatores que formam as combinações são descritos a seguir:

FINANCIAMENTO COM / SEM

Quando com financiamento, considerar o valor do imóvel financiado por um banco, pela incorporadora ou por qualquer agente financeiro.

LOCALIZAÇÃO

Foram considerados 4 bairros vizinhos com diferentes características para essa amostra: Barra da Tijuca, Recreio dos Bandeirantes, Jacarepaguá (**restrito às áreas nobres da Freguesia e Taquara**) e Vargem Grande.

PLANTA PADRÃO

Considerar um apartamento tipo, ou seja, igual em todos os andares. Neste caso, qualquer modificação quanto à planta-baixa ou acabamentos só será permitida após a entrega das chaves.

PLANTA PERSONALIZÁVEL

De acordo com as fases da obra é permitido ao proprietário modificar acabamentos (piso, cor de parede...), fazer alterações na planta, número (1,2, 3 ou 4 quartos) e disposição dos cômodos dentro do permitido pela estrutura. Por exemplo, numa planta que permitiria construir até 4 quartos, o proprietário teria a opção de aumentar a sala pela eliminação de um quarto, aumentar a suite ou dividir um dos quartos criando outros compartimentos como um closet e uma despensa. Desta forma o usuário pode adequar o imóvel às suas necessidades.

PREÇO

Dentro das combinações, são considerados 4 valores que poderão ser ou não financiados, de acordo com a opção.