

A INSERÇÃO DE MARCAS ESTRANGEIRAS NO MERCADO BRASILEIRO: O CASO MARY KAY

Jéssica Nunes dos Santos¹
Renata Granemann Bertoldi Platchek²

RESUMO

A globalização possibilitou a idealização de novos modelos de negócios, investimentos no exterior e internacionalização de marcas, aumentando o acesso à informação e aproximando os mercados na comercialização. Com a constante evolução tecnológica e da comunicação, as empresas necessitam elaborar planos de marketing para manter-se competitivas. Considerando estes aspectos, foi elaborado a presente pesquisa para apresentar a estratégia de inserção da marca de cosméticos Mary Kay no mercado brasileiro. Para realização da pesquisa, utilizou-se do método qualitativo, meios bibliográficos, estudo de caso e fins descritivos. Justifica-se pela evolução na demanda internacional de comercialização de produtos da marca e seu reconhecimento mundial. Apresenta-se a importância das vendas diretas, as características do composto mercadológico no ambiente internacional e ainda descreve alguns modos de entrada no mercado estrangeiro. Verificou-se o conceito de marca, sua importância para as organizações e negócios internos e externos. A pesquisa ainda ressalta a atuação do marketing desse setor, público consumidor e sua preocupação com aparência física, levando a Mary Kay a ser uma das principais marcas globais. O resultado da pesquisa identificou que a empresa iniciou processo de internacionalização nos anos setenta, conquistando diversos mercados no mundo e inserindo-se no Brasil na década de noventa, através de subsidiárias, atuando com centros de distribuição e vendas diretas dos produtos pelas consultoras. Houve dificuldades devido à restrição de algumas informações sobre a companhia e sugere-se a realização de estudos com marcas do mesmo segmento.

Palavras-chave: Internacionalização de empresas. Planejamento de Marketing. Mary Kay.

¹ Acadêmicos do Curso de Comercio Exterior, UNIVALI – Campus ITAJAÍ. jessicanunes330@gmail.com

² Professor (a) do Curso de Comercio Exterior – Campus ITAJAÍ, UNIVALI renata_bertoldi@univali.br