

Administração

Análise de viabilidade de internacionalização da linha de maquiagem Bruna Tavares

Ana Julia Gomes - 8º módulo de Administração, UFLA

Crstina Lelis Leal Calegario - Orientadora DAE, UFLA - Orientador(a)

Resumo

A globalização abriu portas para a internacionalização de diversas empresas e marcas, oferecendo vantagens competitivas significativas, mas também desafios complexos. Este estudo se concentra na avaliação da viabilidade da internacionalização da marca brasileira de maquiagem Bruna Tavares considerando os riscos e benefícios envolvidos. A empresa nasceu em 2016, está sediada no Espírito Santo e conta com uma variedade grande de produtos de beleza, focando na construção de uma marca inclusiva e de qualidade e ainda não está presente fora do Brasil. Iniciamos com uma revisão da literatura, baseada em "Global Strategy" de Mike W. Peng, para entender estratégias de internacionalização e seus possíveis resultados. Como metodologia, este estudo baseou-se em um estudo de caso aplicado em um caso de ensino, no qual os dados da empresa Bruna Tavares foram coletados a partir de fontes secundárias. A análise resultante identificou o modelo de Joint Venture como o mais adequado para a internacionalização da Bruna Tavares. Esse modelo envolve uma parceria estratégica com uma marca estabelecida, permitindo a alavancagem dos canais de distribuição existentes e mitigando os altos riscos associados ao investimento em uma nova infraestrutura de produção. Concluímos que a marca Bruna Tavares possui um potencial substancial para internacionalização e que o modelo de Joint Venture oferece uma abordagem segura e eficaz para expandir sua presença global.

Palavras-Chave: Joint Venture, Negócios Globais, Maquiagem.

Link do pitch: <https://youtu.be/9IHXjKQoj4M>