

NOME: VANESSA OLIVEIRA DOMINGOS

TÍTULO: O MARKETING DE LUXO E SUAS VARIÁVEIS

AUTORES: ALTAMIRO LACERDA DE ALMEIDA JÚNIOR, VANESSA OLIVEIRA DOMINGOS , VANESSA OLIVEIRA DOMINGOS, RAFAELA GONÇALVES PIRES, KELLY CRISTINE SANTOS  
COUTO

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): NÃO POSSUI

PALAVRA CHAVE: MERCADO,MARKETING,LUXO

RESUMO

O mercado de luxo é um segmento em constante ascensão na economia mundial, responsável pela movimentação de grandes quantias e geração de empregos. Produtos de luxo caracterizam-se pelo seu alto valor monetário e sua difícil acessibilidade, ou seja, produtos de luxo são aqueles desejados por muitos e obtidos por poucos. Motivados pela grande movimentação monetária, diversos profissionais desejam atuar nesse ramo, dentre eles, destacam-se os profissionais de marketing, responsáveis por evidenciar as qualidades desses artigos e assim despertar o desejo dos consumidores. O grande desafio dos estrategistas nesse nicho é a necessidade de atenção até nos mínimos detalhes, haja vista que qualquer diferencial pode torná-lo um produto distinto. O objetivo desse estudo é aprofundar e sistematizar o conhecimento sobre marketing de luxo e investigar as ações de um estúdio de decoração localizado na Zona da Mata de Minas Gerais. Essa empresa exporta e comercializa seus produtos de luxo para diferentes países, sendo por tanto excelente objeto de estudo. O estudo caracteriza-se por uma abordagem qualitativa com a técnica de estudo de caso. Os instrumentos de coleta de dados empregados são a pesquisa bibliográfica e o levantamento. A pesquisa está em sua primeira fase e foi realizada período de 01 a 20 de agosto de 2016. Observa-se preliminarmente que a empresa embora bem sucedida, não adota as principais estratégias de marketing de luxo apresentadas pela literatura. Espera-se ao final desse trabalho conhecer mais sobre o tema e compatibilizar a literatura com a prática no caso em questão.