

JÉSSICA GONÇALVES E ALMEIDA

DA ESTRATÉGIA AO LUXO: UMA ANÁLISE DA *MAISONCARTIER* À LUZ DAS ESCOLAS DE PENSAMENTO DA ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal entender o processo de formulação de estratégias enquanto ferramenta das organizações para realizar suas atividades produtivas e administrativas. Nesse sentido, propõe-se identificar e analisar as estratégias adotadas no segmento joalheiro. Para tanto, apresenta os conceitos de estratégia e como eles se interrelacionam com as escolas da Administração Estratégica, notadamente, com a escola do Design, a do Planejamento, a do Posicionamento e a Empreendedora, a partir das suas fundamentações teóricas e de suas premissas. Além disso, busca analisar o consumo, relacionando-o ao comportamento do indivíduo a partir de fatores sociais, culturais e políticos. Assim, a partir da definição do luxo quanto às classes sociais e aos aspectos psicológicos, como as motivações e estilos de vida, às propriedades essenciais inerentes aos produtos de luxo, que na joalheria se manifestam com o uso de metais nobres, ao processo de fabricação peculiar predominantemente artesanal, à produção em pequena escala, aos preços elevados e à cliente seleta, dentre outros, determina-se a categorização do luxo em luxo inacessível, luxo intermediário e luxo acessível. Como também é possível descrever o processo de massificação do luxo. No que se refere ao estudo de caso, este aborda a *Maison Cartier* a partir do seu surgimento, da sua história e da sua evolução, bem como busca identificar as principais estratégias adotadas por essa joalheira à luz dos preceitos das escolas da Administração Estratégica e das características e categorização inerente ao mercado de luxo. Esse estudo nos permite perceber a presença de pressupostos teóricos que definem as escolas do Design, do Planejamento, do Posicionamento e

Empreendedora no processo de formulação das estratégias adotadas pela Cartier enquanto pertencente ao mercado de luxo.

PALAVRAS-CHAVE:Estratégia. Administração Estratégica. Mercado de luxo. Cartier.