ABRACOMEX

Prof. Caio Peppe

Vídeo e Questão

Vídeo 01 - Mc'Donalds

https://www.youtube.com/watch?v=NH_8GQGZiPU
https://www.youtube.com/watch?v=IE6m1kfWIoY

Link Abracomex: https://youtu.be/y_3Q-4CFUM0
https://youtu.be/TtCITCvpi8o

O Mc Donalds é uma empresa literalmente global. Atuando em todos os continentes do planeta, a sua marca com os arcos dourados é sem dúvidas uma das marcas mais bem reconhecidas pelos clientes de sanduíches. Entretanto, é possível verificar que a estratégia de comunicação do Mc Donalds é diferente em alguns países. No caso acima, temos dois comerciais do Mc Donalds, um realizado no Brasil e um no Canadá, ambos com esporte como pano de fundo. Considerando o modelo de análise do ambiente internacional, como você justificaria a escolha do Mc Donalds, em usar o mesmo tema, porém com modelos tão diferentes? Aponte qual o ambiente da análise ambiental foi utilizado neste caso.

A análise se deu basicamente pelo ambiente social e cultural. O esporte como tema de fundo é uma ação comum da empresa, entretanto a escolha dos esportes se dá totalmente pela característica cultural do mercado. Enquanto no Brasil o futebol é o principal esporte, no Canadá é o Hockey. Desta forma, a

empresa usa a mesma associação, entretanto considera o ambiente cultural de cada mercado.

Vídeo 02 - Chinesa Didi Chuxing compra a 99 Taxis

https://www.youtube.com/watch?v=pdOTlwBU0xw

Link Abracomex: https://youtu.be/C8kAdsE2V9A

A 99 Taxis foi a primeira empresa brasileira a ser vendida por mais de um 1 bilhão de dólares. No mercado de startups ela foi a primeira empresa brasileira a se tornar um unicórnio, ou seja, avaliada em mais de 1 bilhão de dólares. A 99 foi adquirida pela empresa chinesa Didi Chuxing.
No anúncio da aquisição, a empresa chinesa comunicou que estaria operando no Brasil e suas ações inicialmente se dariam em São Paulo e no Rio de janeiro. Considerando a análise PESTEL, por que você acredita que a empresa optou por esta atuação em apenas duas praças inicialmente?

Considerando a análise PESTEL esta decisão ocorreu baseada nos elementos econômicos e sociais. Por se tratar das duas maiores cidades brasileiras e também das duas cidades mais ricas, a empresa optou por iniciar as suas atividades em praças onde seria possível obter maior escala de serviços, reduzindo desta forma o risco inicial de operação no que se refere a capacidade de geração de receita por meio da manutenção da escala de oferta de serviços.