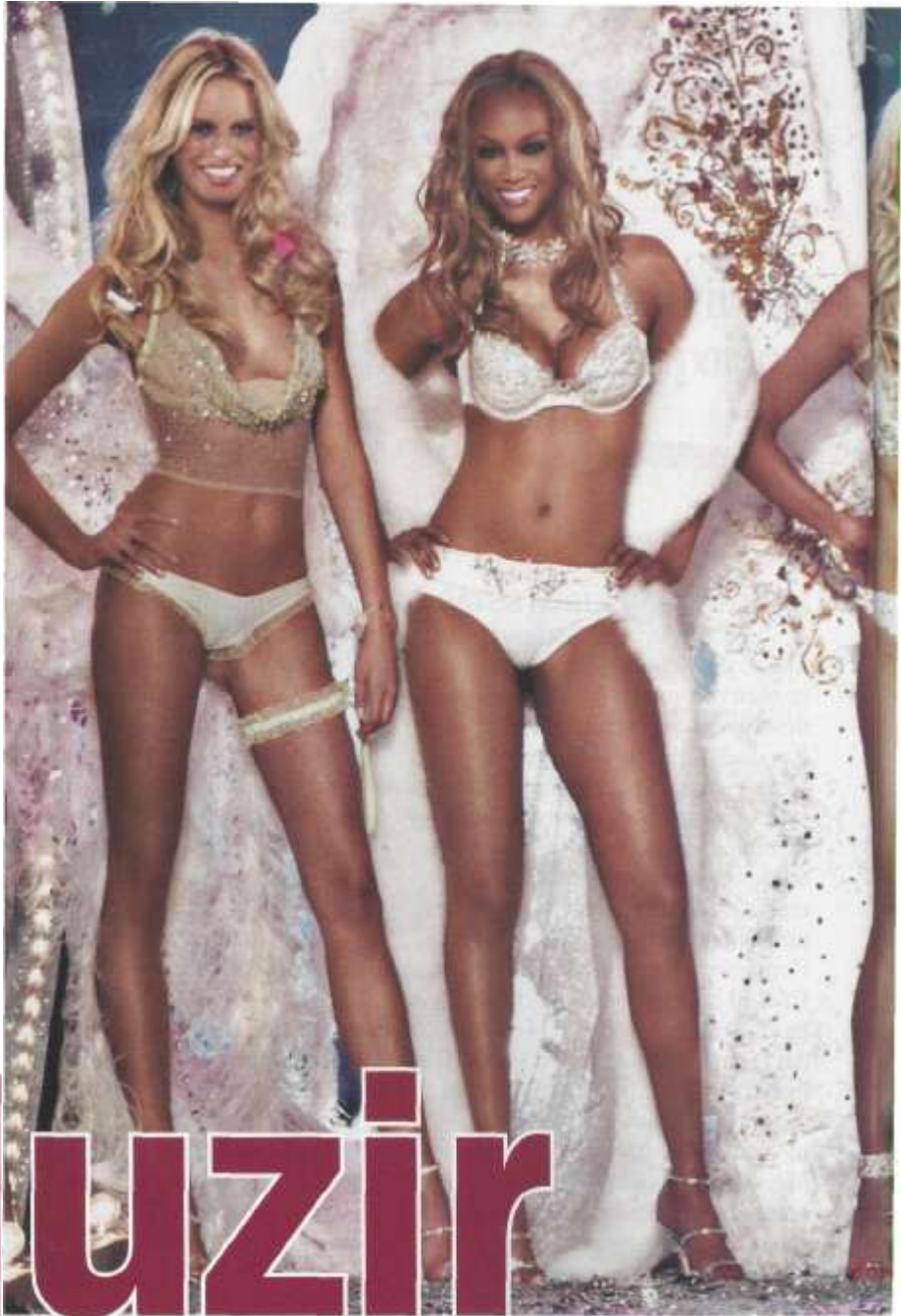


Negócios

CAROLINA GUERRA

SE EXISTE UMA PALAVRA que não combina com a grife americana de lingerie Victoria's Secret, essa palavra é discrição. Basta olhar a foto que ilustra esta reportagem. Ela reúne algumas das mais bem pagas modelos do mundo, que subiram ao palco para apresentar a nova coleção da marca. Ser parte do elenco da Victoria's Secret é tão importante que durante o resto do ano as modelos são chamadas de "anjos" (repare nas asinhas nas costas das garotas). A empresa também coloca à venda, sempre perto do Natal, um único sutiã ornado com pedras preciosas. O de 2008 contava com 117 diamantes negros, 34 rubis e dois diamantes de 100 quilates e foi vendido por US\$ 5 milhões. Uma marca que faz tudo isso certamente não gosta de passar des-



Elas vão

seduzir

A chegada da Victoria's Secret ao Brasil traz a discussão: o que as grifes globalizadas precisam fazer para obter sucesso no País?

Você?

percebida. Por isso mesmo, surpreende a forma praticamente anônima com que a grife desembarcou no Brasil. Desde o mês passado, a Victoria's Secret possui uma loja de 80 metros quadrados no free shop do Aeroporto de Cumbica, em São Paulo. E o primeiro endereço internacional da marca, que exporta para 43 países e mantém lojas próprias

apenas nos Estados Unidos.

Para especialistas do setor, a Victoria's Secret quis ser discreta justamente por se tratar de uma experiência piloto. "Pode ser que a entrada tenha sido feita sem alarde para que a empresa sinta primeiro o mercado, antes de fazer um investimento mais agressivo", diz André Robic, diretor-executivo do Instituto Brasileiro de

Moda. "Mas se ela quiser fazer sucesso e ser reconhecida, precisa escolher um mix de produtos que seja condizente com o gosto da mulher brasileira." Por mais que a globalização tenha reduzido distâncias e as empresas tenham perdido seu sotaque regional, não é uma tarefa simples se firmar em território estrangeiro. Cada país tem peculiaridades que sobrevivem à



padronização imposta por um mercado cada vez mais igual. Por enquanto, a Victoria's Secret vai oferecer na loja brasileira exatamente os mesmos produtos que são vendidos nos Estados Unidos. São lingerie, pijamas, cosméticos e acessórios famosos pela sofisticação e pelos preços elevados. "Calcinha de mamãe não dá no nosso mercado. Para entrar no Brasil, a Victoria's Secret deve adaptar detalhes da modelagem", afirma Carlos Magno Gibrail, professor de varejo de moda no Instituto Europeo di Design. A internacionalização também é uma necessidade. Com a crise nos Estados Unidos, que provocou estragos no

A grife é famosa por contratar algumas das modelos mais bem-sucedidas do mundo. Entre elas (foto acima, da esq. para a dir.) **Karolina Kurkova, Tyra Banks, Heidi Klum, Gisele Bündchen e Adriana Lima**

varejo, as empresas do setor tiveram de buscar novas fontes de receita. No segundo trimestre, as vendas da Limited Brands, controladora da Victoria's Secret, caíram 10% comparado a igual período do ano passado. Outras grifes que desembarcaram



SAMSONITE:
a empresa produz duas linhas de malas que custam 40% menos e são vendidas somente na América Latina

LA PERLA:
a grife de luxo italiana produziu uma calcinha maior que o fio dental e menor que o tradicional 'biquinho' das americanas. O nome? Brasileira



ESTEL: a grife italiana de móveis de escritório importa mesas que são até três centímetros mais baixas, pois a estatura média do brasileiro é inferior à do europeu

no Brasil tiverem de fazer ajustes (*leia acima*). Concorrente da Victoria's Secret, a La Perla, marca italiana de lingerie de luxo, passou a produzir calcinhas que se adaptassem ao estilo das mulheres brasileiras. "Como elas gostam de realçar mais o corpo do que as europeias, desenvolvemos uma calcinha menor, que não é tão pequena quanto um fio dental nem tão grande quanto os biquínis usados pelas estrangeiras", diz Tatiana Monteiro de Barros, representante da marca no Brasil. Funcionou. Até o ano que vem, a marca, que possui uma única loja no Brasil (fica em São Paulo), pretende abrir outros 25 pontos de venda no País.