

## Marca

Estudo da Future Concept Lab avaliará a opinião dos consumidores

### Havaianas, a sandália, vai batizar novos produtos

Carolina Mandl De São Paulo 23 – 08 – 05

O slogan "não deformam, não têm cheiro e não soltam as tiras" vai ficando cada vez mais no passado da marca Havaianas. Isso porque depois de 43 anos fazendo as sandálias com as mais variadas cores e saltos, a São Paulo Alpargatas decidiu levar a marca Havaianas para outros produtos.

Neste inverno, a empresa lançou uma meia adaptada para o uso de Havaianas, separando o dedão dos demais dedos. "Ouvíamos muitas reclamações dos consumidores que sentiam frio nos pés e queriam usar Havaianas em casa por causa do conforto", diz Marcio Utsch, presidente da Alpargatas.

O teste foi feito no ano passado nos Estados do Sul do país com alguns revendedores. O resultado, segundo David Pinski, gerente de inteligência de mercado, foi tão positivo que neste ano a Alpargatas decidiu vender a meia no Brasil inteiro e no exterior também. "Os consumidores ficaram contentes com a solução que encontramos para o uso de Havaianas no frio", diz ele. As meias são feitas por indústrias terceirizadas.

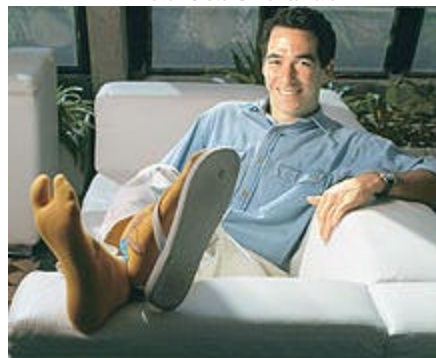
Mas a meia foi apenas o pontapé inicial da Alpargatas para ampliar a linha de produtos com a marca Havaianas. A consultoria italiana de marketing e tendência Future Concept Lab - que tem clientes como Coca-Cola, Gatorade, Swarovski - está analisando quais são os valores da marca Havaianas e quais associações os consumidores do Brasil e de outros países fazem com o produto.

Com o estudo pronto - o que deve acontecer em 2006 - a Havaianas começará a fazer outros produtos. "A grande vantagem da ampliar a linha de produtos é que se gasta uma única verba de marketing para falar da mesma marca", afirma Utsch.

Por outro lado, de acordo com Utsch, a extensão de marca também traz perigos. "É um processo que exige todo o cuidado do mundo para não estragar a marca que já construímos", diz o presidente.

Não são raros os casos de empresas que decidiram inovar com suas marcas de sucesso e tiveram de voltar atrás. "A Coca-Cola lançou a Cherry Coke e vários outros sabores do refrigerante que não fizeram sucesso porque o consumidor gosta mesmo é do sabor da Coca", lembra o consultor José Roberto Martins, da GlobalBrands.

Foto: Ciete Silverio/Valor



**Pinski, da Alpargatas, que irá selecionar com cuidado os itens que terão a marca. "O produto tem de ser diferente, não mais um"**

#### Passos rápidos

Vendas de Havaianas cresceram 32% em seis anos

Pares vendidos (em milhões)



São Paulo Alpargatas

Principais marcas:

Topper, Rainha, Mizuno, Timberland, Havaianas

Receita líquida\*:

R\$ 1,19 bilhão

Lucro líquido\*:

R\$ 93,8 milhões

Fonte: Relatório da empresa. \* 1º trimestre 2004

Foi também o caso da Levi's, que decidiu sair do jeans e da camiseta básicos para uma roupa mais casual. "No fim, a Levi's acabou criando a marca Dockers para vender um tipo de roupa que não se encaixava à sua imagem", afirma Martins.

Por esse motivo, Pinski diz que a Alpargatas irá selecionar com cautela quais produtos lançará. "Não queremos cair na vala comum do boné e camiseta. O produto tem de ser diferente, não mais um."

Para a Havaianas, o desafio tende a ser ainda maior se se levar em conta que a marca acabou de ser reposicionada. Até 1994, as pessoas tinham preconceito do chinelo, que calçava os pés das classes sociais mais baixas. Só nos últimos anos é que a Havaianas virou um artigo de moda, que passou a vestir a madame também.

Com essa nova estratégia - que incluiu o lançamento dos chinelos com os mais diferentes saltos, cores e tiras a partir de 1994 - as vendas de Havaianas subiram, e os preços também. Hoje, há modelos enfeitados com jóias da H. Stern e cristais Swarovski. A linha das sandálias cresceu de apenas um modelo até 1994 para 39 diferentes tipos no ano passado.

"A marca Havaianas ainda está convencendo o mundo do seu conceito. Ao criar novos produtos, a Alpargatas pode voltar a vulgarizar o produto. Por isso é preciso ter cuidado", diz Martins.

---

[WWW.GLOBALBRANDS.COM.BR](http://WWW.GLOBALBRANDS.COM.BR)

**CONSULTORIA ESTRATÉGICA INTELIGENTE**