



O MERCADO

Aficionado da mitologia grega em geral e do deus Helios em particular, o imigrante italiano Eugênio Sacchi decidiu dar o nome da divindade grega do sol à empresa que abriu, em 1922, em São Paulo, para importar e comercializar fitas para máquinas de escrever. Hoje, essa é uma marca de sucesso nos mercados de materiais de escritório e escolares, líder na área de



grampeadores, perfuradores e na de filme e papel carbonos. No segmento escolar, com o nome Toque Mágico, lidera o mercado de corretivos líquidos com 46% do mercado.

Dessa forma, seu público é bastante abrangente, incluindo desde crianças nas escolas até os adultos nos escritórios. Satisfazer a esse amplo leque de consumidores, com demandas que vão de produtos mais simples aos mais sofisticados, tem sido o grande desafio da empresa.

CONQUISTAS

A Helios tem figurado no quadro de premiados de "Melhores Marcas" da revista "Lojas" (publicação específica para o mercado papelheiro) desde o seu lançamento, em 1995, nas mais diversas categorias de produto de papelaria que atua. O critério para conquista desse prêmio está diretamente relacionado com a preferência da marca pelos varejistas e comerciantes do setor. Também conquistou o prêmio de "Destaque do Ano – Categoria de Suprimentos e Acessórios", pela revista IH (Informática Hoje), nos anos de 1999, 2000 e 2001.

Em 1999, a empresa conquistou o certificado internacional de qualidade ISO 9002,

melhorando ainda mais o controle de seus produtos e serviços.

Em julho de 2004 a Helios adquiriu nova fábrica em Manaus, com 36 mil metros quadrados, sendo 16 mil metros quadrados de área construída. A unidade de Barueri foi fechada no início de 2005. A estratégia para essa transferência da fábrica está alicerçada no aumento da competitividade da Helios no mercado brasileiro e internacional, com fortalecimento da lucratividade e dos resultados financeiros.

HISTÓRIA

A Helios iniciou as atividades no país em 1922, em São Paulo, quando o imigrante italiano, Eugênio Sacchi, iniciou a importação e comercialização de fitas para máquinas de escrever. Alguns anos depois ele passaria a produzi-las no Brasil.

Em 1930, lançou no mercado o primeiro papel carbono fabricado no país. A iniciativa viria impulsionar a expansão industrial,

refletindo-se na crescente participação de mercado e extensão da linha de produtos nos anos que se seguiram. Em agosto de 1994, a Helios incorporou o grupo Carbox Indústrias Reunidas, fundado em 1948 e até então seu principal concorrente. Com a fusão, a Helios e a Carbox atingiram pleno desenvolvimento no mercado de artigos escolares, material de escritório e suprimentos de informática, dando origem ao grupo Helios Carbox S.A. Indústria e Comércio.

Em 2001, inaugurou nova unidade fabril na Zona Franca de Manaus: a Helios da Amazônia. Ao completar 80 anos, em 2002, iniciou pioneiramente a produção nacional de cartuchos para impressoras jato de tinta. E, este ano, conclui o processo de transferência de unidade industrial para o Pólo

Industrial de Manaus, mudando sua razão social para Helios da Amazônia Indústria e Comércio de Materiais de Escritório Ltda.



Além disso, inaugurou a operação de dois centros logísticos de distribuição: em Barueri (SP) e Resende (RJ).

O PRODUTO

A Divisão Escritório tem Helios como a principal marca, mas a empresa adotou estratégia diferente para concorrer no mercado. Usa a marca Bis para enfrentar a concorrência de preço baixo e a Reynolds para o mercado de canetas.

Seu amplo leque de produtos inclui cartuchos, filme para fax, fitas matriciais, fita para máquina de escrever e de calcular, lift-off, rolete, CD, DVD, disquetes, papel hectográfico, carbono, stencil, papel fotográfico, canetas, lapiseiras, pincel marcador, pincel white board, caneta versátil, marca texto, grampeadores, perfuradores, isocola, goma líquida, almofadas para carimbo, tintas, grampios, extratores, numeradores, blocos auto-adesivos, corretivos (fita, líquido e caneta), apontadores,



borracha plástica, e caneta borracha.

A linha Toque Mágico nasceu a partir do sucesso do lançamento do pioneiro corretivo líquido à base d'água, atóxico e ideal para o uso escolar. Foi do corretivo que nasceu a divisão escolar da Helios, que fabrica corretivos líquido, caneta e fita corretiva, colas em bastão e branca, plástico adesivo, minas, lapiseiras, canetas, marca textos, lápis de cor, caneta hidrográfica,

giz de cera, guache, massa de modelar, cola colorida e mini grampeadores, régua, clips, apontador e tesoura.

EVOLUÇÕES RECENTES

Atenta às demandas do mercado, especialmente na área escolar e de informática, em 2003 lançou sua linha de grampeadores plásticos com cores translúcidas – os grampeadores Neon – e as canetas e lapiseiras com grafites coloridos para a linha Toque Mágico. Além disso, trouxe para o mercado uma nova linha de cartuchos compatíveis para impressoras HP.

No ano seguinte, ampliou seu portfólio escolar segmentando a produção. Criou a linha Pink, para as meninas de 8 a 14 anos, e a Bichinhos do Brasil, com produtos para atividades pré-escolares voltada para criança de 3 a 6 anos. Na área de informática, depois de ouvir seus consumidores, investiu mais nos cartuchos compatíveis para impressoras.

COMUNICAÇÃO

As ações da empresa têm rendido alguns prêmios como o do 19º Festival Brasileiro de Propaganda (1991), no 4º Marketing Best (1999) com o case do corretivo líquido Toque Mágico; no 2º Festival da Copa 2002 (revista About - 2002).

Em 2002 fez campanha nacional com 3 filmes diferentes que mostram os principais produtos da marca: grampeadores, linha de canetas e corretivo líquido Toque Mágico. A campanha foi suportada por uma promoção premiada no SBT e

aplicação de material de ponto-de-venda. Em 2004 foi a vez dos suprimentos de informática. Foi elaborada uma campanha regional de propaganda institucional, seguida de filme para cartuchos compatíveis.

Até o final de 2004 patrocinou o Santos Futebol Clube nos campeonatos Brasileiro, Paulista e Taça Libertadores da América com visibilidade em toda a América Latina, mercado onde a empresa havia iniciado uma forte expansão



de suas exportações.

VALORES DA MARCA

Pesquisa feita no ano passado pela COM Research concluiu que a marca Helios possui atributos muito positivos, transmitindo competência e confiança. Os pilares que baseiam essa opinião são o seu amplo portfólio, o histórico de 84 anos e a qualidade percebida nos seus produtos.

A marca Toque Mágico encanta os jovens, reconhecida como uma marca amigável, lúdica e próxima do consumidor. Aliás, foi ouvindo seus consumidores que a empresa tomou outra decisão. Ao reposicionar sua marca, eliminou o nome Carbez e voltou a fixar apenas em Helios, o deus grego do sol.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE HELIOS

- Maerz & Sacchi foi o primeiro nome da empresa, batizada em homenagem aos seus fundadores, Eugênio Sacchi e Rodolfo Maerz. Com a saída de Maerz da sociedade, passou a se chamar Fábrica Helios Ltda. por causa da admiração de Eugênio Sacchi pelo deus do sol na mitologia grega. Desde então a empresa usa a imagem do sol na sua logomarca, transmitindo a idéia de luminosidade que tanto entusiasmava o seu fundador.

