



HELIODAY



S.A.

40 años

al frente de la industria

Helioday es la empresa pionera que introdujo el vinilo en la Argentina y cambió la historia de la industria gráfica en nuestro país. Acuñó y viralizó el término “polarizado” para nombrar al material para vidrios de autos; diseñó, imprimió y cortó las primeras piezas en vinilo; y sumó a su inventario de memorias un compendio de casos de éxito y aprendizajes para superar los desafíos de cada etapa. Este año cumple 40 años de su fundación y lo festeja en plena transformación hacia el futuro. En esta nota te contamos cómo una empresa que se mantiene líder en el mercado sigue avanzando con los mismos valores: calidad de los productos, servicio al cliente y solidez financiera.

Helioday es hoy una pieza clave en la industria gráfica. La compañía especializada en la importación y distribución de insumos como vinilos y lonas para impresión, corte y termotransferencia, cumple 40 años y los celebra con sus clientes, *staff* y fundadores.

Esta empresa tiene en sus espaldas la creación de un nuevo nicho de mercado que logró, en primer lugar, introduciendo vinilos para la industria automotriz y, luego, para toda la industria gráfica. Acompañada por un modelo de negocio innovador, una cartera de clientes a lo largo y ancho del país, y tres generaciones. En esta nota vemos como logró llegar a esta nueva etapa que está emprendiendo y que la lleva a ocupar un lugar en el *top ten* de empresas de la industria.

UN EQUIPO SÓLIDO Y SUS PILARES

Marcela Lizzi, gerenta comercial, lleva 27 años en la compañía. Trabaja codo a codo con un equipo consolidado a lo largo de décadas y con Sebastián Feldman (tercera generación), actual presidente de la empresa. “Somos un equipo que se conoce bien; tenemos la escuela de Duke Feldman (primera generación) que nos enseñó a trabajar, a nosotros y a toda la industria”, asegura Marcela. Y agrega que con Sebastián están trabajando en nuevos proyectos (de los cuales ya se enterarán), continúan con la digitalización, y ahora están enfocados en transformar la relación con sus clientes, mediante acciones de mercado más ágiles y eficientes.

Calidad, servicio, experiencia en el rubro y manejo del negocio son los pilares que definen a esta empresa que fue pionera y en

esencia lo sigue siendo, por ser un referente en el mercado. Con tres generaciones en su historia, se renueva y logra adaptarse a las necesidades del mercado sin perder de vista sus valores. Con una flexibilidad y capacidad de adaptación que siempre la caracterizó. “No es fácil la transición, la familia es la familia, un universo paralelo. Tenemos la suerte de que existe Freud”, afirma Sebastián, con sentido del humor.

A TODA HISTORIA LA ACOMPAÑAN DESAFÍOS

Duke Feldman, emprendedor por naturaleza, fundó la empresa en 1979. Comenzó el negocio importando vinilos que se cortaban y se usaban para fabricar cintas decorativas, además de polarizados y otros accesorios. “Para la época era toda una novedad. Se cortaban cintas de vinilo muy finitas que se combinaban con distintos colores y se colocaban en vehículos con papel *transfer*”, explica Marcela. Y de este modo surgió todo un sector de nuestra industria, que hoy está más que instalado.

Hacia la década del 80, si bien mantenían la misma actividad, incorporaron los plotters de corte. “Trajimos los primeros que llegaron al país y comenzamos a brindar el servicio a empresas ploteando para ellos con nuestro equipo de instaladores”. El mismo proceso se dio cuando incorporaron la importación de equipos de impresión: imprimían y cortaban el material, tanto al gremio como al cliente final.

Entrados los 90 la empresa siguió creciendo y adaptándose a un mercado en movimiento. Dejó de lado el negocio del servicio y se lanzó a la importación y comercialización de los vinilos Oracal. “El gran desafío de ese momento fue hacer de una marca que recién nacía, la mejor marca de vinilo del mundo, en un mercado en donde había otras marcas líderes”.

En cuanto a los desafíos, el primero de ellos fue convencer al letrista de cambiar el pincel por el plotter. Y el siguiente fue la implementación del nuevo modelo de negocio. Se trató, para esa época, de una innovadora forma de comercialización. Diseñaron un sistema de red de distribuidores: “Armos toda una red. Nadie lo hacía y prácticamente todos los distribuidores que nacieron en ese momento hoy siguen en el mercado, la mayoría con Helioday”.

Hitos históricos

#1

Crear el mercado del vinilo tal como lo conocemos hoy día.

#2

Acompañar a casi todas las empresas del país en sus inicios (incluida la competencia).

#3

Plotear con vinilo, por primera vez, las flotas de Telecom, OCA, Brinks, Telefónica, STO.

#4

Crear el verde Telefónica como color de vinilo.

#5

Convencer a la industria automotriz de que la decoración de los vehículos saliera directamente de las terminales.

Helioday en números

14

empleados

3700

metros cuadrados

40

años en el mercado

122

distribuidores en todo el país



Marcela asegura que este método los acercó mucho a los clientes: “Consideramos que el servicio es una pieza fundamental. Ayudamos a los clientes con la decisión de compra de los vinilos en función de la aplicación que le van a dar, les damos asesoramiento técnico y también financiero. Porque para tener una industria saludable es necesario tener finanzas ordenadas”.

NUEVA GENERACIÓN, MISMOS VALORES

Los objetivos a corto, mediano y largo plazo son los mismos: seguir trabajando con los distribuidores, siempre afianzando la relación; mantener el nivel de servicio y calidad de productos; y adaptarse a la situación del país.

“En su momento nos adaptamos a los cupos de importación y ahora a la situación económica actual. Nos gustan los nuevos retos y hoy vivimos un reto más”, asegura Marcela, mientras define su pasión por el negocio y el conocimiento que le dio la experiencia. El conocimiento es una pieza fundamental



para poder dar un buen servicio. “Siempre estamos buscando productos nuevos. Viajamos a las ferias del mundo e investigamos. En este momento en particular estamos enfocados en estudiar la impresión directa sobre tela, nuevos desarrollos de vinilos, con nuevas características y más colores, con precios finales mejorados”, concluye la gerenta.

LA VISIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN

En cuanto al desafío actual, Helioday se encuentra uniendo las necesidades del cliente final con las de los distribuidores, acompañándolos cada vez más de cerca, para asegurarse que los clientes de cada zona estén bien atendidos. “Estamos más cerca de los distribuidores, con más atención en sus necesidades, teniendo en cuenta la situación general del país. Para aunar esfuerzos y trabajar juntos a la par, en una etapa nueva”, detalla Marcela. A esto se le suma también la digitalización de procesos, como la incorporación de una plataforma *online*, que permite a los clientes comprar en cualquier momento.

“Desarrollé una pasión y un compromiso con esta industria que creo que es necesario tener para poder llevar adelante un negocio exitoso. La venta de insumos lleva mucho trabajo y esfuerzo al igual que los vínculos con clientes de hace tantos años. Es necesario ser paciente para ver resultados a largo plazo. Cuando se ven no hay nada más gratificante”.

LOS PRODUCTOS Y LAS TENDENCIAS

Cuando todos hacen hincapié en el precio, Helioday lo hace en la calidad, así sean los más económicos la prioridad sigue siendo que sean los mejores. De este modo se aseguran no perder la tradición que los identifica: la calidad. Cuando en tendencias nos adentramos, aparecen varias aristas: “Por un lado, estamos buscando nuevos productos a precios más accesibles que no decaigan en la calidad, para poder llegar a un mercado donde hay una retracción visible. Por otro lado, vendemos lonas y vinilos de corte e impresión termotransferibles Five Star; y para *car wrapping* la línea que comercializa exclusivamente oracalshop.com.ar, Premium 970 de Oracal”, concluye Marcela.

El mismo cliente y sus necesidades plantean el desafío. Este se convierte en el ejemplo cúlmine que explica la obligación de ser flexibles en un mercado con necesidades cambiantes, y a la vez avanzar siempre acorde con los pilares de la empresa. Siendo creativos y emprendedores se puede lograr todo.