

Helcla Cosméticos avança com xampus em embalagem “família”

Fabricante encontra espaço para crescer com produtos maiores que a média do mercado voltados à classe C

Françoise Terzian

fterzian@brasileconomico.com.br

A classe C, representada por 46% da população brasileira, é a grande alavanca do crescimento da Helcla Cosméticos, fabricante de produtos para o cabelo – xampu, condicionador, máscara, creme para pentear e finalizador de pontas. Fundada em 1998 por Claudio Linhares, ex-executivo da Taiff, empresa do Grupo Ikesaki, a Helcla vem registrando crescimentos superiores ao mercado de higiene pessoal, que avança por volta de 11% ao ano. Somente em 2009, o faturamento da Helcla avançou 28%, chegando aos R\$ 30 milhões. A meta atual é crescer mais 30%. Por mês, a empresa vende 350 mil unidades de xampus e máscaras de três marcas diferentes: Multiação (para a classe C), Duda Molinos (para as classes A e B) e Mila & Co (para o público infantil).

Fundada como distribuidora, a Helcla deu seu grande salto em 2004, quando decidiu virar fabricante e lançar a linha Multiação, voltada para os cabelos dos consumidores emergentes. Composta por itens como xampus e condicionadores em embalagens “família” – de 500 ml em um mercado até hoje dominado pelos potes 250 ml a 350 ml –, a linha Multiação responde por 70% do faturamento da Helcla e 83% de tudo que ela produz mensalmente.

O produto, assegura Linhares, está fazendo barulho pelo fato de não ter sal e ainda oferecer uma fórmula que se aproxima dos itens profissionais à venda apenas em cabeleireiros. Produtos profissionais são raros nas gôndolas dos supermercados e das farmácias.

A composição, no entanto, não é o único fator que explica o crescimento nas vendas da linha Multiação. “O desenvolvimento de um produto com custo-benefício interessante, que combina qualidade com quantidade família e, consecutivamente, preço (o xampu de 500 ml sai por volta de R\$ 9), é o nosso diferencial”, prega Linhares.

FATURAMENTO

R\$ 30 mi

É o total vendido pela fabricante focada em produtos capilares. Cerca de 70% do montante vêm da linha Multiação, que privilegia as grandes embalagens.

VOLUME

350 mil

É a quantidade de embalagens produzidas mensalmente pela empresa que fabrica de xampus e condicionadores e hidratantes corporais e sprays para o cabelo.

O avanço da classe C, por sua vez, também contribuiu para a empresa se posicionar como uma opção dentro do concorrido mercado de produtos capilares. “Estamos abrindo uma nova frente no mercado que, curiosamente, está sendo acompanhada por marcas tradicionais, como Seda e Dove (da Unilever) e Elsève (da L’Oréal). Confesso que quando lancei esta linha, não imaginava que estas grandes companhias lançariam embalagens maiores”, diz Linhares.

A oferta de embalagens maiores, explica ele, tem a ver com a tendência da mulher, geralmente da classe C, de ir ao supermercado e comprar xampu para toda família. Quando quer um produto só para ela, ela segue para uma perfumaria.

Para aumentar o ticket médio por consumidora e fidelizá-la, a empresa está diversificando, o que significa entrar em novas linhas de produtos, como os cremes corporais, os itens para depilação e os sprays para cabelos.

Atualmente, a Helcla tem mais de dois mil clientes – 40% deles são supermercadistas. Sua linha de produção está concentrada em uma fábrica própria em Bom Jesus dos Perdões, região de Atibaia (SP) e uma pequena parte é terceirizada com a empresa Provider. ■



Claudio Linhares, fundador da Helcla, que quer atingir a chefe de família da classe C no supermercado