

HP



Cálculos exatos e sem erros. Impressões perfeitas e com alta qualidade. Eficiência no armazenamento de informações. Fotografias digitais precisas e com alta definição. Computadores de todos os tipos e tamanhos. Tudo isso pode ser encontrado nos produtos da HP.

A história

Tudo começou em 1938 quando os americanos Bill Hewlett e Dave Packard, dois estudantes da universidade de Stanford, que se tornaram amigos em um acampamento de duas semanas no estado do Colorado em 1934, investiram US\$ 538 para montar em uma garagem, no subúrbio da cidade de Palo Alto, estado da Califórnia, seu primeiro produto: um oscilador de áudio, batizado de HP 200A, instrumento auditivo muito usado por engenheiros de som para testar equipamentos sonoros. Esse produto representou uma ruptura da tecnologia em tamanho, preço e desempenho. Um de seus primeiros clientes foi o Walt Disney Studios que adquiriu 8 destes osciladores para desenvolver e testar o som para o filme de animação "Fantasia". Com o sucesso do primeiro produto, ambos resolveram, em 1939, fundar a Hewlett-Packard Company. O nome da nova empresa foi decidido na moeda, com o sobrenome de Hewlett na frente.



A empresa não demora a estabelecer uma política de portas abertas (Open Door Policy) para todos os funcionários, assegurando que cada, independente do cargo que ocupasse, percebesse que os gerentes estavam disponíveis, abertos e receptivos, gerando a confiança e a compreensão mútua que caracterizam o estilo de administração da HP nos dias atuais. Ambientes abertos e escritórios executivos sem portas constituíam a política integral para o ambiente de trabalho da empresa na época. Em 1942 iniciam a construção da primeira sede própria. Um dado curioso é que a HP planejou o prédio de forma que pudesse se transformar em uma mercearia caso a empresa fracassasse. A partir da década de 50 seus contadores de frequência, que reduziam drasticamente o tempo necessário para a medição precisa de frequências elevadas, e produtos relacionados, faturaram bilhões de dólares impulsionando a empresa rumo ao sucesso.



Em 1947, após a Segunda Guerra Mundial, o catálogo da HP já possuía 39 produtos, em sua maioria geradores e alguns modelos desenvolvidos no campo de microondas. Em 1958 adquire sua primeira empresa, a californiana F.L. Moseley, produtora de plotters, ingressando assim no mercado de impressão. Nesse mesmo ano cria a estrutura de divisões, com contabilidade independente de lucros e prejuízos, onde cada grupo de produto se torna uma organização auto-sustentável, responsável pelo desenvolvimento, produção e marketing de seus próprios produtos. Além disso, para continuar ágil, qualquer grupo que crescesse até 1.500 pessoas era dividido e transformado em novo centro de resultados. A autonomia favorecia a motivação individual, a iniciativa e a criatividade, e oferecia aos funcionários a oportunidade de trabalhar com um alto grau de liberdade na realização de metas e objetivos comuns. No ano seguinte, visando uma expansão internacional, estabeleceu na Europa um departamento de vendas na Suíça (Genebra) e uma fábrica na Alemanha (Boeblingen). Ingressou no mercado asiático somente em 1963 quando fez uma joint-venture com uma empresa japonesa.



Na década de 60, a HP continua seu crescimento constante e ingressa no campo da eletrônica médica e instrumentação analítica, passando a focar também as áreas de semicondutores, eletroluminescência e fotocondutividade. Em meados desta década, também desenvolve seu primeiro computador. Em 1966 o laboratório HP é estabelecido como o recurso central de pesquisa da empresa e inicia uma longa história como um dos principais centros de pesquisa comercial do mundo. A partir deste momento a empresa, nas décadas seguintes, faz inúmeros lançamentos de produtos inovadores como calculadoras, de mesa e de mão, computadores, impressoras, entre outros produtos. Em 1989 comemora seu 50º aniversário. A garagem, localizada no número 367 da Addison Ave. onde Bill Hewlett e Dave Packard iniciaram seus negócios é designada local histórico do estado da Califórnia em reconhecimento à sua rica história e aos avanços tecnológicos que seus produtos proporcionaram ao mundo.



Na década seguinte a empresa continua a oferecer avanços em tecnologias de medidas, computação portátil, comunicação, impressão e imagens através de lançamentos como a primeira impressora "colorida" de baixo custo; sistema de ecocardiografia, que permitia aos médicos executarem exames cardíacos "não invasivos" em tempo real através de ondas de ultra-som; o primeiro palmtop da marca, com transmissor infravermelho embutido; seu primeiro PDA (assistente digital pessoal), que trazia o Windows CE como seu sistema operacional; e seu primeiro PDA com tela colorida. A empresa comprou a gigante Compaq, fundada em 1982, no ano de 2002 por impressionantes US\$ 19 bilhões, tornando-se ao lado da Dell e da IBM, uma das maiores empresas de computadores pessoais do planeta. Com esta aquisição, a HP também passou a ser proprietária da linha de computadores Compaq Presário, lançada em 1993, e uma das líderes de mercado em sua categoria. Porém a compra, ou fusão como muitos consideraram na época, resultou em desastre. A prometida sinergia entre HP e Compaq não compensou os bilhões de dólares gastos e a então CEO Carly Fiorina, eleita pela revista Fortune a executiva mais poderosa do mundo, foi demitida anos mais tarde.



Nesta época, a HP concentrou seus esforços na simplificação da tecnologia para todos os seus clientes, de consumidores individuais às grandes empresas, mantendo pesquisas e experiências nas áreas de impressão, computação pessoal e infra-estrutura. Os resultados desses investimentos são produtos tecnologicamente avançados como impressoras fotográficas, para impressões coloridas resistentes à água; sexta geração de impressoras "jato de tinta" com resolução de 4800 dpi; e televisões de plasma. Recentemente, em 2008, a gigante americana comprou por US\$ 13.9 bilhões a EDS, uma das maiores empresas de serviços em tecnologia da informação, e agregou em sua carteira os 200 maiores clientes de outsourcing no mundo; e, em abril de 2010, adquiriu por US\$ 1.2 bilhões a Palm, pioneira no mercado de dispositivos móveis, com os PDAs. O ano de 2010 também foi marcado por um enorme escândalo: o CEO Mark Hurd, que tinha a fama de ser um cara durão, foi emitido em meio a acusações de assédio sexual no começo do mês de agosto. Ele saiu pela porta do fundo, com a reputação abalada, apesar do bom desempenho à frente da empresa nos últimos cinco anos.



A linha do tempo

1966

- Lança seu primeiro computador, o *HP 2116A*, com 4 Kb de memória de núcleo magnéticos, expansível a 32 Kb. O primeiro exemplar foi instalado a bordo de uma embarcação de pesquisa do Instituto Americano de Oceanografia, durando mais de 10 anos em um ambiente de clima hostil.

1968

- Lança a primeira calculadora científica de mesa, *HP 9100A*, que permitia armazenar programas em cartões magnéticos e efetuar complexos cálculos científicos sem a necessidade de acessar computadores maiores. Era 10 vezes mais rápida que a maioria das máquinas da época. Anúncios da 9100A chamam o dispositivo de "computador pessoal", um dos primeiros usos documentados do termo.

1972

- Lançamento da primeira calculadora de mão chamada *HP-35*, tão pequena a ponto de caber num bolso de camisa; e do primeiro computador de uso geral, introduzindo a era de processamento de dados distribuído, uma vez que servia tanto à engenharia de alta tecnologia como as operações cotidianas de processamento de dados administrativos.

1974

- Substituição da memória de núcleo magnético pela memória dinâmica de acesso aleatório nos mini computadores.

1975

- Cria uma interface padrão (*HP-IB* ou interface bus) para sistemas de instrumentos, que é reconhecido como um padrão internacional, permitindo conectar um ou mais instrumentos de forma fácil a um computador.

1977

- Lança seu primeiro mini-computador portátil.

1980

- Lançamento de seu primeiro computador pessoal, chamado *HP-85*, e da primeira impressora a laser.

1984

- Lançamento da impressora *HP ThinkJet* de 96 dpi, com tecnologia térmica de jato de tinta para computadores pessoais de mesa e portáteis que estava em desenvolvimento desde 1978.

- Neste mesmo ano lança uma impressora laser de 300 dpi revolucionando o mercado. A impressora a laser de mesa para uso pessoal se tornou a mais popular do mundo e o produto da HP de maior sucesso já introduzido no mercado. Até meados de 1999, a impressora vendeu mais de 35 milhões de unidades.

1986

- Lança o *HP Precision Architecture*, uma grande família de sistemas de computadores que utiliza a primeira aplicação comercial da arquitetura RISC (Reduced Instruction-set Computing ou computação com conjunto reduzido de instruções) em todo o mundo.

1988

- Lança a *HP DeskJet*, primeira impressora a jato de tinta da HP voltada para o mercado de massa, oferecendo impressão em papel comum e uma resolução de impressão com padrão industrial.

1991

- Lança seu primeiro palmtop, chamado *HP 95LX*, que pesava apenas 300 gramas e nada mais era que a junção de uma potente calculadora financeira com processamento de um PC, agenda eletrônica, planilha Lotus 1-2-3, processador de textos, permitindo transferência de dados por raios infravermelhos.
- Também introduziu a *HP DeskJet 500C* que permitia impressão colorida.

1993

- Lançamento do *HP Omnibook 300*, um laptop com bateria capaz de durar um voo através dos Estados Unidos.

1994

- Inicia em conjunto com a Intel o desenvolvimento de um processador de 64 bits, hoje chamado de Itanium, lançado oficialmente em 2001.
- Nesse mesmo ano, o lançamento do computador pessoal *HP Pavilion* marca a entrada bem-sucedida da empresa no promissor mercado de computação doméstica.

1998

- Lança um palmtop com interface gráfica rodando Windows CE.
- Também neste ano é introduzida a série *HP OfficeJet 700*, primeiro produto multifuncional em cores da HP. Essa impressora-fax-copiadora oferecia ao cliente as funções essenciais de escritório em um único produto fácil de usar.
- Outra novidade é a câmera digital *HP Photosmart C20*, com definição de 1 mega pixels.

2000

- Lançamento do servidor especializado para internet Superdome.

2002

- Lança a impressora *HP DeskJet 5550* com tecnologia de 4800 dpi.

2003

- Lança o *HP DVD Movie Writer dc3000*, que transforma VHS em DVD.

2004

- Lança sua linha de televisões de plasma e LCD.

2008

- Lançamento do *HP Touchsmart*, um computador com design que integra tela de 22 polegadas de alta resolução, processador Intel, alto-falantes e gravador DVD, que mostra interface parecida com a de um iPhone, e permite a utilização de aplicativos sem a necessidade do teclado ou mouse.



Lojas conceitos

Estreitar a experiência e o contato da HP com o consumidor no ponto de venda é colocado em prática no mundo desde 2002 com as chamadas “Store in Store”, espaços dedicados à exposição e demonstração dos produtos da marca em pontos de vendas selecionados. Além do atendimento especializado, realizado por promotores treinados pela fabricante, os espaços permitem ao consumidor experimentar os produtos da HP, que são apresentados de forma organizada e agrupada em móveis padronizados que permitem facilmente a localização da marca. Esse serviço já existe em mais de 40 lojas do varejo no Brasil.



Mas, no final de 2008, a empresa americana trouxe ao país suas primeiras **HP STORES**. Nessas lojas-conceitos, que permite ao consumidor explorar ao máximo as tecnologias que a empresa possui, são oferecidos produtos da HP para o usuário final e para pequenas e médias empresas, bem como produtos de parceiros como a Microsoft. Dentre os destaques estarão notebooks e desktops de consumo com foco em entretenimento; notebooks e desktops corporativos, com atributos especiais de segurança, acessórios, impressoras e multifuncionais. As lojas brasileiras adotaram a imagem visual de outros projetos da HP na América Latina. Atualmente a empresa conta 18 HP STORES e ao longo de 2010 o número chegará a 40 unidades. Junto à inauguração das lojas, a HP está expandindo seu programa de soluções corporativas, que abrange assistência técnica e financiamento de produtos e serviços para empresas, além de investir em estrutura de suporte às suas revendas regionais.



Campanhas que fizeram história

A mais complexa campanha publicitária da história da empresa foi introduzida e idealizada pessoalmente pela então presidente da empresa, Carly Fiona, em 1999, e lançada com o slogan “**INVENT**”. A custosa campanha contou ainda com uma reformulação visual radical da marca com a adoção das letras HP, em substituição a palavra Hewlett-Packard no logotipo.



Outra campanha de grande sucesso, que custou US\$ 300 milhões, foi introduzida no final de 2003, com o tema “*You + HP: digital photography*”, destacando o alinhamento completo da HP em fotografia digital, de câmaras e impressoras a computadores pessoais, tinta e papel. O que mais chamava a atenção nos comerciais de televisão eram as músicas utilizadas. Em uma

combinação futurista de imagem e música podíamos ouvir canções como “Picture Book” (The Kinks), “Out of the Picture” (The Robins), “Pictures of You” (The Cure), “The Rainbow” (The Apples in Stereo), e “Across the Universe” (The Beatles). Outra ação da campanha foi o concurso de fotografia digital intitulado “YOU Take Five!”. Para participar do concurso bastava enviar pela Internet cinco fotos digitais que contassem uma história. Os ganhadores seriam contemplados com uma sessão de fotos no set de filmagens do terceiro filme independente do Project Greenlight, da produtora Miramax; um papel de figurante no filme; ou mesmo ter seu ensaio fotográfico incluído em um anúncio publicitário da HP.



O novo logotipo

No final de 2008, a HP resolveu abandonar o visual “chapado” do seu logotipo e aderir ao visual mais “moderninho”. Completamente diferente, o logotipo começou a ser introduzido e apresentado aos poucos em todos os países onde a marca está presente.



BEFORE



AFTER

Os slogans

Invent. (1999)

Everything is possible. (2003)

You + HP: digital photography. (2004)

The computer is personal again. (2006)

Finalmente, o computador ficou pessoal. (Brasil e Portugal)



i n v e n t

Dados corporativos

- Origem: **Estados Unidos**
- Fundação: **1939**
- Fundador: **Bill Hewlett e Dave Packard**
- Sede mundial: **Palo Alto, California**
- Proprietário da marca: **Hewlett-Packard Company**
- Capital aberto: **Sim** (1957)
- Chairman & CEO: **Catherine Lesjak** (interino)
- Faturamento: **US\$ 114.5 bilhões** (2009)
- Lucro: **US\$ 7.6 bilhões** (2009)
- Valor de mercado: **US\$ 89.8 bilhões** (setembro/2010)
- Valor da marca: **US\$ 26.867 bilhões** (2010)
- Lojas: **90**
- Presença global: **160 países**
- Presença no Brasil: **Sim**
- Funcionários: **304.000**
- Segmento: **Informática**
- Principais produtos: **Laptops, impressoras, computadores, máquinas digitais, televisores de plasma e LCD, monitores e palmtops**
- Outros negócios: **Compaq, EDS e Palm**
- Ícones: **O slogan "INVENT" e a calculadora científica**
- Slogan: ***The computer is personal again.***
- Website: www.hp.com

O valor

Segundo a consultoria britânica Interbrand, somente a marca HP está avaliada em **US\$ 26.867 bilhões**, ocupando a posição de número 10 no ranking das marcas mais valiosas do mundo. A empresa também ocupa a posição de número 10 no ranking da revista FORTUNE 500 (empresas de maior faturamento no mercado americano em 2009).

A marca no mundo

A HP, maior empresa de tecnologia em informação do mundo, está presente em mais de 160 países, empregando 304 mil pessoas e faturando mais de US\$ 114 bilhões. Hoje a empresa pode ser considerada uma das principais fornecedoras de impressoras inkjet, laser monocromáticas e coloridas, multifuncionais e de função única; scanners e servidores de impressão. Também tem bastante destaque em sistemas completos de armazenamento em disco e OpenSANs (Storage Area Networks), software de gerenciamento de redes e sistemas, computadores pessoais, laptops e Pocket PCs. Além disso, possui mais de 90 lojas próprias nas Américas. A dependência do resultado de subsidiárias tem se tornado cada vez mais importante. Em 2009, 70% de sua receita global veio de unidades fora dos Estados Unidos. Somente o Brasil apresenta números expressivos: está presente em mais de 27 mil pontos de venda no país; possui quatro fábricas; vende, em média, 1.3 PCs e 3 impressoras por minuto; faturou US\$ 2.7 bilhões em 2009; além de ter mais de sete milhões de clientes

Você sabia?

- A HP investe mais de US\$ 4 bilhões anualmente em pesquisa e desenvolvimento.

As fontes: as informações foram retiradas e compiladas do site oficial da empresa (em várias línguas), revistas (Fortune, Forbes, Newsweek, BusinessWeek e Time), sites especializados em Marketing e Branding (BrandChannel e Interbrand), Wikipedia (informações devidamente checadas) e sites financeiros (Google Finance, Yahoo Finance e Hoovers).

Última atualização em 18/9/2010

<http://mundodasmarcas.blogspot.com/>