

Henkel refuerza su portfolio de cuidado capilar en los mercados emergentes

Henkel adquiere marcas líderes en cuidado capilar

- El atractivo portfolio está formado por marcas de referencia y líderes en el sector
- Con este acuerdo, Henkel incrementa su presencia en los mercados emergentes y refuerza su división de cuidado capilar

Henkel ha firmado un acuerdo con Procter & Gamble para adquirir distintas marcas de cuidado capilar centradas en las regiones de África/Oriente Medio y Europa del Este.

Con esta adquisición, Henkel ampliará su presencia en los mercados emergentes y fortalecerá su posición en algunos de los mercados con mayor crecimiento de África/Oriente Medio y Europa del Este. La operación incluye un portafolio de marcas con posiciones líderes en el segmento de precio básico, como Pert, Shamtu y Blendax, enfocadas en el segmento de champús, y con Rusia, Arabia Saudí y Turquía como países clave. En el año fiscal 2015, las marcas adquiridas alcanzaron unas ventas cercanas a los 100 millones de dólares.

"Esta adquisición forma parte de nuestra estrategia para fortalecer aún más nuestra presencia en los mercados emergentes invirtiendo en las principales categorías de cada país. Estamos convencidos de que los mercados emergentes continuarán creciendo por encima del promedio en el futuro" dijo Hans Van Bylen, Vicepresidente Ejecutivo y responsable de la división de Beauty Care de Henkel. "Estas marcas encajan perfectamente dentro de nuestra división y reforzarán el núcleo de nuestra categoría de cuidado capilar convirtiéndose, además, en una plataforma para la expansión."

Ya en mayo de 2014, Henkel adquirió a P&G la marca Pert en Latinoamérica. Esta marca ofrece una completa gama de productos para el cuidado capilar que incluye champús y acondicionadores. La última adquisición ayudará a consolidar la marca Pert en la cartera de Henkel.

Ambas compañías han acordado no revelar detalles financieros sobre la operación. El cierre de ésta está sujeto a la aprobación de las autoridades antimonopolio.



Esta información contiene previsiones de futuro basadas en las suposiciones y estimaciones actuales de la dirección de la empresa Henkel AG & Co. KGaA. El empleo de palabras como esperar, prever, planificar, pronosticar, deducir de, crear, estimar y formulaciones similares indica previsiones de futuro. Estas previsiones no deben entenderse como garantías que den por correctas estas expectativas. La evolución futura, así como los resultados obtenidos realmente por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas asociadas dependen de una serie de riesgos e inseguridades y por ello pueden diferir fundamentalmente de las perspectivas de futuro. Varios de estos factores se encuentran fuera del área de influencia de Henkel y no pueden estimarse de forma precisa con anterioridad, como por ejemplo, el entorno económico futuro, así como el comportamiento de los competidores y otros participantes en el mercado. No está prevista una actualización de las previsiones de futuro ni Henkel asume ninguna obligación especial al respecto.

Sobre [Henkel Internacional](#)

Henkel opera en todo el mundo con marcas y tecnologías líderes en tres negocios: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies. Fundada en 1876, Henkel ocupa posiciones de liderazgo a nivel global tanto en los mercados de los negocios de consumo como en los industriales, con marcas tan conocidas como WiPP Express, Schwarzkopf y Loctite. Henkel cuenta con cerca de 50.000 empleados y en el año 2015 obtuvo unas ventas de 18.100 millones de euros, con un beneficio operativo depurado de 2.900 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán (DAX).

Sobre [Henkel Ibérica](#)

En España Henkel Ibérica se instaló en 1961 tras la compra de la empresa española Gota de Ámbar. En 1970 entró también en el mercado portugués. La compañía cuenta con un centro de producción y cuatro de distribución propios en la Península Ibérica y cerca de 1.000 empleados. Además tiene tres centros y una spin-off de I+D para el desarrollo de adhesivos a nivel mundial. En el 2015, las ventas de los tres negocios de Henkel Ibérica alcanzaron unas ventas globales de más de 500 millones de euros.

Contacto:

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Alberto Jiménez – alberto.jimenez-hidalgo@bm.com

Marta González – marta.gonzalez@bm.com

