

Henkel es el fabricante con más marcas en el ranking de droguería

Siete marcas de Henkel en el Top 20 de Brand Footprint 2016

Henkel ha confirmado de nuevo la consolidación de sus marcas en el último *Brand Footprint España 2016*, el mayor estudio de Gran Consumo basado en compras reales. La compañía aparece en el TOP 20 de la categoría de Droguería con cinco de sus marcas: Neutrex, Estrella, Vernel, Wipp Express y Mistol y en el TOP 20 de la categoría de Perfumería con dos de sus marcas: Licor del Polo y La Toja.

Brand Foot Print es un estudio realizado a nivel mundial que revela la penetración y frecuencia de compra en los hogares. Mediante la presencia de siete de sus marcas, Henkel se encuentra entre las compañías preferidas por los consumidores gracias a su continua apuesta por el desarrollo de sus productos con el objetivo de dar una respuesta precisa a las nuevas necesidades del mercado en un entorno cada vez más competitivo. Y además Henkel, es el fabricante con más marcas en el ranking de droguería.

“Nos sentimos orgullosos de que nuestras marcas consoliden un año más su presencia en un informe de referencia para el sector de Gran Consumo. Estos resultados nos indican que todos los esfuerzos que realiza nuestra compañía en materia de innovación obtienen sus frutos con una gran respuesta por parte del consumidor. Además somos el fabricante con mejores resultados de participación de mercado en droguería de los últimos años” explicó Rodolfo Schornberg, presidente de Henkel Ibérica.

En este sentido, la labor de innovación de varias de las marcas citadas en el informe ha sido remarcable durante el último año. Henkel analiza permanentemente los comportamientos de compra y hábitos de conducta en el mercado para desarrollar nuevas fórmulas que contribuyan a ampliar su portfolio de productos con nuevas soluciones para el consumidor.



Apuesta por la innovación

El lanzamiento de **WiPP Express** Power-Mix Caps fue un ejemplo de I+D en el segmento de Laundry & Home Care convirtiéndose en el primer detergente del mercado que combina la acción del polvo y la del gel en una única cápsula. Con su lanzamiento **Vernel** Soft & Oils, la marca ha creado una nueva generación de suavizantes enriquecida con aceites esenciales para una suavidad y cuidado irresistible, con tres fragancias que se caracterizan por su toque cosmético. En el caso de **Estrella** el desarrollo de su nueva fórmula *2 en 1* no solo desinfecta sino también neutraliza y elimina los principales agentes que causan las alergias en el hogar. **Neutrex** ha lanzado dos nuevas pistolas quitamanchas para blancos o colores, ideales para lavados en frío. **Mistol** presentó en 2015 una nueva fórmula con pH neutro enriquecida con Vitamina E y con una agradable fragancia a Camomila.

Por su parte, en la categoría de Perfumería, **La Toja** se convirtió en el primer gel inspirado en el Yogur Griego aportando un nuevo ejemplo de innovación al segmento de geles de baño, ya que su fórmula ultra cremosa contiene proteínas de yogurt nutritivas e hidratantes que ayudan a mantener el equilibrio de la piel. Mientras que **Licor del Polo** Non-Stop White es una completa gama compuesta de pasta de dientes en crema, 2en1 y enjuague que no sólo elimina, sino que también protege tu sonrisa frente a la aparición de manchas hasta 12h..

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

