

Babaria presenta una nueva generación de soluciones hidroalcohólicas

La firma apuesta por la innovación en una incipiente categoría, soluciones hidroalcohólicas, que ha llegado para quedarse en el lineal y se incorporan a nuestra rutina. Por eso, Babaria apuesta por la innovación incorporando en su portfolio una nueva generación de geles y sprays hidroalcohólicos para ofrecer un cuidado global y adaptado, pues, además de proteger las manos, las cuidan, atendiendo a cada tipo de piel y/o necesidad

La familia crece y bajo esta premisa, Babaria, que ya cuenta con una alta cuota de mercado en la venta de hidroalcohólicos, lanza esta innovadora línea con valor añadido con un total de ocho referencias para el cuidado y protección diaria centrada exclusivamente en el consumidor. A la protección añade el máximo cuidado de las manos con activos, texturas y modos de aplicación on the go, que facilitan la incorporación de estos productos en la rutina diaria.

La nueva apuesta de la firma consta de cuatro soluciones hidroalcohólicas en gel y cuatro en spray combinando en su fórmula un 70 por ciento de alcohol e ingredientes naturales, con diseños insta friendly, cómodos y prácticos, a un precio muy accesible, ofreciendo protección de larga duración, hidratación y cuidada personalización.

Aloe y jojoba, ácido Hialurónico y minerales, algodón y rosa mosqueta y vainilla forman esta amplia gama de productos en 100 ml con reivindicaciones adaptadas: pieles secas, calmante, tacto seda, hidratación y con notas olfativas que hacen muy agradables

Babaria se convierte en marca de referencia en una categoría ya recogida por Nielsen. Tal y como señala el CEO de la compañía, Gerd Loewen “Babaria es la primera marca en el mercado masivo en lanzar una gama completa de soluciones hidroalcohólicas, que no solamente protege, sino que además, te cuida” a lo que añade que “el Covid-19 está creando nuevos hábitos de consumo y comportamientos en los consumidores. Desde Babaria, hemos querido adaptarnos y activar con agilidad la oferta de productos eficaces, cercanos, seguros y prácticos”.

En esta línea, subraya que “se estima que los tres primeros meses de la pandemia el consumo de soluciones hidroalcohólicas ha superado en España los 100 millones de euros”.

Por su parte, la Marketing manager, Susana Orts, apunta que “higiénico y natural es una combinación ganadora a la hora de atender a un consumidor, que asume nuevas formas de relacionarse en los ámbitos familia, amigos o trabajo. El resultado de esa combinación es nuestra nueva gama de hidroalcohólicos: fáciles de usar, de rápida absorción, ligeros, que no apelmazan, con activos potentes y notas olfativas muy atractivas y en un packaging y formatos muy cómodos”.

Babaria o el éxito del trabajo en equipo

Desde que comenzasen los primeros brotes de Covid-19 y en pleno estado de alarma, Babaria estuvo en primera línea en la fabricación de geles hidroalcohólicos dando respuesta inmediata al mercado en todos los formatos de gran consumo: 100 ml, 300 y 500 ml.

En ese sentido Loewen destaca la fortaleza de la empresa, la capacidad de respuesta y el trabajo de todo el equipo en el comienzo de una nueva forma de cuidarse y entender la cosmética como cuidado global.

Datos de contacto:

Majé López -

Para conocer más sobre Babaria, puedes visitar <https://babaria.es>
917361000

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Medicina](#) [Industria Farmacéutica](#) [Sociedad Consumo](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>