Press Release

4 de novembro, 2026

Henkel participa na Conferência Grande Consumo 2026

Lisboa – A Henkel esteve presente na **Conferência Grande Consumo 2026**, que decorreu a 4 de novembro no Núcleo Central do Taguspark, em Oeiras, sob o tema «O Consumo na Era da Imprevisibilidade». **Luísa Oliveira**, diretora-geral da Henkel Consumer Brands na Henkel Ibérica, integrou a mesa-redonda **«O consumidor em disputa: preço, confiança e valor na era da imprevisibilidade»**, dedicada à forma como estes fatores moldam hoje a relação entre empresas, marcas e consumidores.

Promovida pela revista Grande Consumo, a conferência reuniu representantes da indústria, do retalho e da tecnologia. Na mesa-redonda, Luísa Oliveira partilhou o palco com Solange Farinha, Retail Media & Corporate Affairs Director da Auchan Retail Portugal, Fernando Strubing Gomes, CEO da TEDi para Espanha e Portugal, e Rui Serpa, VP & Country Director Portugal da Coca-Cola Europacific Partners. Inflação persistente, instabilidade geopolítica, pressão sobre as margens e novos hábitos de consumo estiveram no centro do debate.

Na sua intervenção, Luísa Oliveira destacou um consumidor mais exigente, que reavalia cada compra e procura marcas em que possa confiar. Em discussão estiveram o equilíbrio entre preço e valor percebido e o papel da inovação na resposta a necessidades em constante mudança.

«Num contexto em que o consumidor reavalia cada escolha, a confiança tornou-se um ativo decisivo. Na Henkel, acreditamos que as marcas que crescem são as que entregam valor real no dia a dia, através da inovação, da qualidade e da sustentabilidade. Debates como este são essenciais para que indústria e retalho encontrem, em conjunto, as melhores respostas para um mercado cada vez menos previsível», afirma Luísa Oliveira, diretora-geral da Henkel Consumer Brands na Henkel Ibérica.

O programa incluiu ainda sessões sobre a inteligência artificial e a influência dos algoritmos no consumo, as novas contradições do consumidor e os desafios da liderança em contexto de incerteza.

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança de mercado a nível mundial, tanto nos negócios industriais como de consumo. A unidade de negócio Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos. Já com Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança sobretudo nas categorias de laundry & home care e hair, em muitos mercados e categorias em todo o mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No ano fiscal de 2025, a Henkel registou vendas de cerca de 20,5 mil milhões de euros e um resultado operacional ajustado de aproximadamente 3,0 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice bolsista alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa conta com uma estratégia clara nesta área, com objetivos específicos definidos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega atualmente cerca de 50.000 pessoas em todo o mundo, que formam uma equipa diversa, unida por uma forte cultura corporativa, valores partilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations." Mais informações em http://www.henkel.pt/

Informações adicionais:

GCI Media Group | Media Consulting
Catarina Maçãs | T: +351 910 906 007 | catarina.macas@gcimedia.pt
Vera Rebola | T: +351 910 960 222 | vera.rebola@gcimedia.pt