



JCPENNEY OBTIENE EL SELLO GOOD HOUSEKEEPING EN MÁS DE 75 PRODUCTOS PARA EL HOGAR

La compañía cuenta con más productos con el Sello que cualquier otra cadena de tiendas

PLANO, TX - (6 de abril de 2015) - Desde el año 2014, más de 75 productos para el hogar de JCPenney se han ganado el prestigioso Sello Good Housekeeping; más que cualquier otro minorista. Desde cortinas, ropa de cama, hasta artículos de cocina y electrodomésticos, el Sello se puede encontrar en más de una docena de categorías de artículos para el hogar de marcas privadas tales como Royal Velvet®, Cooks™, JCPenney Home™ y Liz Claiborne® Home. Los más recientes productos otorgados con el Sello incluyen la [colección de alfombras](#) y [toallas de baño de colores sólidos](#), de la recién lanzada marca Royal Velvet Signature Soft, así como también la [licuadora](#), [horno tostador](#), [plancha](#) Cooks y mucho más.

"JCPenney tiene una rica historia de desarrollo y diseño de productos que se remonta a 1914. Conjuntamente con nuestro abastecimiento global y experiencia de control de calidad, somos capaces de crear productos duraderos, razón por la cual muchos han ganado el Sello de Good Housekeeping", dijo Ken Mangone, vicepresidente ejecutivo de desarrollo, diseño y abastecimiento de productos en JCPenney.

Para poder obtener el Sello Good Housekeeping, un emblema de confianza de la organización de pruebas de productos de consumo más importante en Estados Unidos, un producto debe ser revisado por los expertos del Instituto Good Housekeeping. El Sello Good Housekeeping es una garantía limitada de dos años, con la promesa de un reemplazo o un reembolso de hasta \$2,000, si un producto resulta defectuoso. "Los consumidores reconocen y confían en el Sello Good Housekeeping, debido a la garantía financiera que ofrece", añadió Mangone. "Esto le inspira confianza al cliente durante la toma de decisión de su compra y definitivamente ayuda a JCPenney a afianzar la lealtad de sus consumidores, a través de los productos de calidad que ofrece."

"Durante décadas, el Sello Good Housekeeping ha proporcionado la orientación y confianza necesarias a los consumidores y a profesionales de la industria que buscan productos de calidad", dijo Miriam Arond, directora del Instituto Good Housekeeping. "Estamos encantados de que tantos productos JCPenney se hayan desempeñado bien en nuestras pruebas y nos sentimos orgullosos de que sean portadores del Sello."

Además de la evaluación integral del producto que realiza el Instituto Good Housekeeping, las evaluaciones de los clientes son una parte importante en el desarrollo y diseño de un producto de marca privada JCPenney; con la mayoría de los comentarios procedentes de opiniones y valoraciones en [jcpenny.com](#). Se invita a los clientes a evaluar cada producto basado en un sistema de clasificación de cinco estrellas. La mayoría de los productos de marcas privadas han recibido cinco estrellas, lo que demuestra la satisfacción de los clientes con su calidad, diseño,



durabilidad y precio. Los equipos de integridad de producto de JCPenney revisan con regularidad informes de evaluaciones de productos para hacer modificaciones en base a la información específica del cliente.

Muchos de los productos a los que se les otorgó el Sello Good Housekeeping se encuentran en el [catálogo de artículos del hogar](#) primavera/verano de JCPenney, que se entregó recientemente a algunos clientes seleccionados y el cual también está disponible en jcpenny.com.

Relaciones con los Medios de Comunicación de JCPenney

972-431-3400 o jcpnews@jcp.com

Twitter: [@jcpnews](https://twitter.com/jcpnews)

Relaciones Públicas Good Housekeeping

Carrie Carlson

212-649-2617 o carriecarlson@hearst.com

Acerca de JCPenney:

J.C. Penney Company Inc. (NYSE: JCP), una de las cadenas de tiendas de ropa y muebles más grandes del país, que se esfuerza por satisfacer la diversidad de los Estados Unidos con estilos únicos, calidad y buen precio. A través de las 1,060 tiendas aproximadamente y de jcpenny.com, los clientes descubrirán una amplia gama de marcas nacionales, privadas y exclusivas que se adaptan a todos los tipos de silueta, tallas, colores y presupuestos. Para más información, visítanos en jcpenny.com.

Acerca de Good Housekeeping:

La revista Good Housekeeping se fundó en 1885 y hoy en día llega a casi 25 millones de lectores cada mes y a más de 10 millones en línea en goodhousekeeping.com. El Instituto Good Housekeeping, un centro moderno de pruebas de productos para consumidores desde 1900, y en el cual trabajan ingenieros y científicos que evalúan miles de productos cada año en sus seis laboratorios, es clave para la confianza sin igual que los lectores y los consumidores tienen en la marca y en el Sello Good Housekeeping. Dicho Sello, el cual se introdujo en el mercado en 1909 conjuntamente con el Sello Green Good Housekeeping, creado en 2009, se encuentran entre los íconos de consumo más reconocidos y están respaldados por una garantía limitada que otorga un reemplazo o un reembolso de hasta \$2,000 si un producto resulta defectuoso dentro de dos años a partir de la fecha de compra. Además de su mercado principal en Estados Unidos, Good Housekeeping publica 10 títulos en todo el mundo. Hearst Magazines es una unidad de Hearst Corporation, una de las compañías de medios de comunicación y de información diversificadas más grandes del país. Con 21 títulos en los EE.UU, Hearst es el principal editor de revistas mensuales en términos de circulación total pagada (AAM 2H 2014) y llegando a casi 81 millones de adultos (otoño 2014 MRI gfk) y cerca de 44 millones de visitantes cada mes. Sigue a Good Housekeeping en [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [Pinterest](#) y en el blog [Inside the Institute](#). Sigue a Jane Francisco en [Twitter](#) y [Pinterest](#).

###