

15 de abril de 2024

Llega la marca más auténtica a Guadalajara: Authentic Beauty Concept de Henkel

Vive una experiencia holística premium para el cuidado del cabello.

¡Descubre nuestras creencias en este [link](#)!

Guadalajara, Jal.15 de abril de 2024 – ¡Creemos en la Belleza Auténtica! [Henkel](#), empresa multinacional líder en la producción y venta de productos de consumo e industriales, presenta hoy en Guadalajara la marca [Authentic Beauty Concept](#), una nueva línea holística premium co-creada junto a un colectivo único de estilistas para emprender un nuevo camino hacia la belleza auténtica.

El mercado de cuidado del cabello en México alcanzó un valor de \$1.25 mil millones de dólares en 2023, según los consultores [Informes de Expertos](#). Se estima que el mercado crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 3.81% durante 2024-2032 para alcanzar el valor de \$1.78 mil millones en 2032.



Henkel sabe de la importancia de este mercado por lo que cuenta con una división de negocios llamada Consumer Brands, la cual abarca marcas y productos de consumo en las áreas de Detergentes y Cuidado del Hogar, así como Cuidado del Cabello. Y es precisamente en esta última categoría donde opera tanto en el negocio de consumo, como en el de productos profesionales al ofrecer soluciones para la coloración, estilizado y el cuidado del cabello.

El lanzamiento de la línea Authentic Beauty Concept viene a confirmar el compromiso con el mercado de proveer productos con cualidades increíbles para el deleite de los usuarios en ciudades claves de México, como es Guadalajara. **Vanessa Carranza, Gerente de Marketing de Authentic Beauty Concept México**, comenta: “Queremos que todos sean parte de este

COMUNICADO DE PRENSA

15 de abril de 2024

movimiento y que compartan nuestros valores y filosofía, buscamos estilistas y consumidores finales que encuentren una marca diferente disruptiva y que empodere el crecimiento de la Belleza Auténtica en México.

Creemos en la Belleza Auténtica, creemos que la belleza es natural y simple, que no necesita sofisticados filtros fotográficos, sino que crece con el carácter. Creemos en ingredientes puros de orígenes cuidadosamente seleccionados, sin siliconas, sulfatos, ni parabenos. Por ello, los invitamos a que formen parte del movimiento de Belleza Auténtica”, enfatizó Carranza.

Con la línea Authentic Beauty Concept, se tiene un enfoque único basado en los valores principales de las nuevas generaciones, como:

- **Convicción No. 1: Fórmulas Puras.** La belleza auténtica es natural y sencilla; los productos no contienen siliconas, sulfatos surfactantes, ni parabenos, en su lugar, tienen ingredientes veganos más potentes que fueron seleccionados y combinamos minuciosamente.
- **Convicción No. 2: Cabello Auténtico.** La belleza no tiene reglas, los días en los que el cabello debía ser forzosamente liso son cosas del pasado y convenciones de la vieja escuela. El cabello de hoy tiene un estilo natural y se luce con texturas sueltas y fluidas.
- **Convicción No. 3: Actitud Sin Filtros:** No se puede engañar al carácter, la Belleza Auténtica no necesita filtros sofisticados de fotos, porque lo que realmente destaca entre la multitud es lo que se hace de manera natural y libre de apariencias. Hablamos de un estilo realmente perfecto en su simplicidad.
- **Convicción No. 4 Experiencia Consciente.** Es tiempo de reconectar con uno mismo. La Belleza Auténtica empieza justo en el momento en que se decide estar presente en el momento actual, porque es cuando se reequilibra la mente y alma. La Belleza Auténtica va más allá de un simple lavado del cabello, por lo que la marca ha creado experiencias de cuidado hechas a la medida para transportar al cliente, a través de un viaje sensorial, y crear la base ideal para un cabello bonito.

“Ha llegado el momento de reconectar y volver a ponernos en contacto con nosotros mismos. Mira en tu interior y haz que salga tu belleza a la luz para que realmente puedas expresarte. Será momento que merece la pena recordar. Pregunta a tu estilista qué tratamiento se ajusta mejor a tu estado de ánimo y necesidades del cabello. Siéntete y relájate”, concluyó Carranza.

En Henkel, siempre se está atento a las tendencias del mercado para ofrecer innovaciones a través de sus marcas, por ello, **Authentic Beauty Concept** llega para brindar una serie de productos con integridad, puros, naturales, sencillos, agradables y cuidadosamente seleccionados, enfocados en resaltar la belleza natural de cada persona.

COMUNICADO DE PRENSA

15 de abril de 2024

Acerca de Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones de liderazgo a nivel mundial en el mercado industrial y de consumo. La unidad de negocio de Adhesive Technologies es líder mundial en el sector de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con el negocio Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en detergentes y cuidado del hogar, así como cuidado del cabello, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2023, Henkel registró unas ventas de cerca de 21,500 millones de euros y un resultado operativo ajustado de unos 2,600 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sustentabilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la empresa tiene una clara estrategia de sustentabilidad con objetivos específicos. Henkel se fundó en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de cerca de 48,000 personas en todo el mundo, unidas por una sólida cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "Pioneers at heart for the good of generations". Más información en www.henkel.com

Acerca de Henkel en México

Henkel tiene 65 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; además de Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies) y Consumer Brands (integrada por el área de cuidado personal y del cabello, así como detergentes y cuidado del hogar). Hablando de México, las ventas de 2023 fueron de más de 964.8 millones de euros, lo que equivale a más de 18,507 millones de pesos y cuenta con alrededor de 3,300 empleados, distribuidos entre su oficina corporativa en Interlomas, una Planta en Monterrey, Salamanca y Santiago, dos en Toluca y tres en Guadalajara, un Centro de Distribución en Toluca, Tlalnepantla y Guadalajara, un Centro Especializado en Vallejo, una oficina de ventas en Monterrey y una Academia. Para más información, visite www.henkel.mx

Para más información:

GPS Imagen y Comunicación

Judith Pérez Fajardo, judith@gpscom.com

Henkel en México:

Cristina Jiménez, cristina.jimenez@henkel.com

Cynthia Rios, cynthia.rios@henkel.com