



MAS Persil Palette



COMUNICADO DE PRENSA

Henkel, a través de sus marcas MAS, Persil y Palette, anuncia el inicio del patrocinio a la Selección Mexicana de Fútbol

- *Una colaboración que apuesta por el deporte nacional con rumbo al Mundial de Fútbol 2026.*
- *En el marco de su 65° aniversario en México, la compañía se apoya de alianzas para continuar sus esfuerzos que construyan un mejor futuro para las comunidades donde opera.*
- *Henkel Consumer Brands, con una inversión récord en publicidad y experiencias, apuesta por seguir construyendo sus principales marcas con los mexicanos.*

Ciudad de México a 15 de agosto de 2024 – [Henkel](#), líder global en productos de consumo e industriales, a través de su negocio de *Consumer Brands* y sus icónicas marcas MAS, Persil, y Palette, dio a conocer en el Centro de Alto Rendimiento (CAR) el inicio del patrocinio a la Selección Mexicana de Fútbol. Con esta acción, el país se convierte en el primero de la compañía en apoyar a un equipo nacional, reforzando su compromiso con México, el deporte, así como con el continuo desarrollo de las sociedades donde está presente.

La alianza con la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), la cual se extenderá hasta finales de 2026, busca robustecer la conexión de las marcas icónicas del negocio con todos los admiradores y seguidores de la Selección en su camino al Mundial, en el que México, Canadá y Estados Unidos fungirán como sede.

“Nos llena de satisfacción finalmente compartir este proyecto tan significativo. En alianza con la Selección no sólo estamos apoyando al deporte y la innovación, sino que nos permite reforzar valores que tenemos en común y nos guían, tales como la sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). Además, podremos conectar, mediante nuestras tecnologías pioneras, con millones de familias que comparten una sola pasión cuando los jugadores salen a la cancha”, expresó **Alejandra Corona, vicepresidenta para Consumer Brands en Henkel Latinoamérica.**

“Me enorgullece darle la bienvenida a las icónicas marcas de Henkel a la Federación Mexicana de Fútbol y, sobre todo, a la familia de la Selección Nacional como nuestro nuevo Patrocinador Oficial”, añadió **José Antonio Romano, director de Ventas en la FMF.** *“Definitivamente*

llegan en un momento emocionante, ya que estamos a menos de dos años de que se dé la patada inicial en el Estadio Azteca, lugar histórico que, por tercera ocasión albergará el partido inaugural de un Mundial”, concluyó.

De igual manera, dicha unión llega en el marco del 65º aniversario de Henkel en México, décadas que se han distinguido por un desarrollo inigualable en la región de Latinoamérica, representando el 57% de las ventas anuales, adicional a que cuenta con más del 60% de la fuerza laboral, misma que está distribuida en quince centros de trabajo en cinco Estados de la República Mexicana.

En el último lustro, la filial ha dado pasos firmes con la implementación de grandes iniciativas cuyos objetivos se basan en la adaptación tanto de las necesidades como de las solicitudes de los clientes más exigentes de las industrias que atiende. Entre ellos, resalta la inauguración del Centro de Distribución en Toluca en 2021 con un plan a diez años; la apertura de su planta de adhesivos de última generación en Guadalupe, Nuevo León en 2022; y recientemente, cortó el listón de su Centro de Entrenamiento Técnico de Aplicaciones para Mantenimiento y Ensamble Industrial en su localidad de Vallejo. En total, el valor económico de estos hitos es de alrededor de setenta millones de euros.

LOS NUEVOS INTEGRANTES DE LA SELECCIÓN NACIONAL MEXICANA

Como fue mencionado anteriormente, este patrocinio es apoyado por tres jugadores clave en las categorías de detergentes y coloración de cabello, conocidos y utilizados por millones de personas diariamente.

En primer lugar, MAS se une en 2004 como el único detergente 100% líquido en México y hoy en día es la marca #1 en ventas nacionales para su categoría. Actualmente, gracias a la constante evolución de su fórmula que pasó de cuidar los colores de las prendas a renovar sus fibras durante cada ciclo de lavado, continúa con su consolidación como líder al registrar un crecimiento de doble dígito.

Por su parte, Persil, presente desde 1907 en el portafolio de Henkel y lanzado en México en el 2011, ha alcanzado un reconocimiento y crecimiento significativo a nivel local, demostrando ser el detergente con la mejor fórmula para una limpieza profunda contra la eliminación de las manchas más difíciles. A inicios de 2024, fue galardonada en el foro de Expo Pack como “Envase Estelar” dentro del rubro de “Empaque para el Hogar”.

Finalmente, Palette, marca de tintes para el cabello con un legado de más de cuarenta años y #1 en Europa, busca acelerar su crecimiento en México a través de una fórmula extraordinaria que provee un color intenso y duradero, siendo el mejor aliado en el recubrimiento de canas o cambios de estilo con cualquiera de sus treinta y cuatro tonos disponibles.

UN AGENTE DE CAMBIO HACIA UN MUNDO MÁS SUSTENTABLE

Al igual que fomentar una cultura de salud y movimiento mediante el deporte, el impacto positivo al medioambiente se encuentra en el corazón de la estrategia corporativa de la empresa y sus marcas. Por ello, globalmente, Henkel estableció su [Marco de Ambición de Sustentabilidad 2030⁺](#), donde se plasman metas a corto y largo plazo. Por ejemplo, en comparación con el 2010, minimizar en un 65% las emisiones de dióxido de carbono para 2025, así como que el 100% de sus empaques estén diseñados para su reciclabilidad o reutilización. A finales del 2023, se registró un avance significativo con el 61% y 87% respectivamente.

En línea con dichas aspiraciones, la división de *Consumer Brands* suma sus esfuerzos, logrando avances significativos en la construcción de un mejor porvenir para las generaciones futuras. En 2024, los envases de Persil, MAS, 123 y VIVA se convirtieron en los primeros en México en fabricarse con plástico de otras botellas, logrando que el 100% de éstos utilicen 50% de resina posconsumo (PCR), innovando en la economía circular.

A partir de dicha transición, se disminuyó el uso del material virgen en un 50%, lo que se traduce en 38,000 kilogramos, reduciendo alrededor de 2,116 toneladas de gases de efecto invernadero al año. Asimismo, todas las cajas de los tintes Palette contribuyen al ser 100% de caña de azúcar.

Henkel, a través de la innovación y teniendo como propósito un siglo de acciones en pro del país, mantendrá sus esfuerzos locales en la implementación de proyectos en favor del deporte, la salud y el bienestar de las personas en general.

###

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, Irapuato, 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

Henkel en México:

Contacto: Rodrigo Gómez

E-mail: rodrigo.gomez@henkel.com

Contacto: Cynthia Rios

E-mail: cynthia.rios@henkel.com

GPS Imagen y Comunicación

Contacto: Judith Pérez Fajardo

E-mail: judith@gpscom.com

Cel. 55 4090 9300