

Informe de Sostenibilidad 2006



**Henkel**

*A Brand like a friend*

# Actuación sostenible

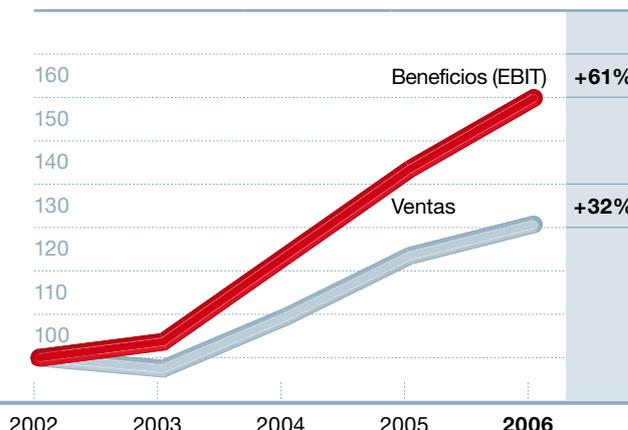
## Actuación sostenible de 2002 a 2006

Indicadores medioambientales por tonelada métrica de producción\*

Accidentes laborales	-72%	↘
Metales pesados	-59%	↘
Residuos	-30%	↘
Energía	-27%	↘
Dióxido de sulfuro	-26%	↘
Dióxido de carbono	-21%	↘
Aguas residuales	-18%	↘
Agua	-8%	↘
Compuestos orgánicos volátiles	14%	↗

## Resultados económicos de 2002 a 2006

Porcentajes; índice 2002



\*Accidentes laborales por millón de horas trabajadas

<b>Prefacio</b>	1
<b>Henkel en síntesis</b>	2
Ventas 2006	2
Value added statement 2006	3
<b>Valores y Dirección</b>	4
Socios y Proveedores	7
Diálogo	8
<b>Productos sostenibles y uso eficiente de los recursos</b>	12
Materias primas	16
Marcas y tecnologías	18
Producción y logística	26
Indicadores medioambientales de los centros de producción	32

<b>Empleados y lugar de trabajo</b>	34
Empleados en todo el mundo	35
Empleados por región	35
Cargos Directivos	35
Seguridad y Salud Laboral	39
Accidentes laborales por millón de horas trabajadas	39
Accidentes laborales graves	39
<b>Compromiso social</b>	41
Proyectos sociales, "Make an Impact on Tomorrow"	42
<b>Valoraciones externas</b>	46
<b>Contactos y créditos</b>	47



### Más información en Internet

Si desea consultar noticias de actualidad, información acerca de los aspectos clave de la responsabilidad social corporativa de Henkel o descargar los Informes de Sostenibilidad publicados desde 1992, visite [www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability). El índice GRI remite a los elementos e indicadores del Global Re-

porting Initiative (GRI), contenidos tanto en este Informe de Sostenibilidad como en la Memoria Anual de 2006 y en Internet. Asimismo, en Internet pueden encontrarse versiones más detalladas de las declaraciones emitidas por expertos incluidas en este informe. El símbolo , que aparece en muchos puntos del mismo, indica que en Internet puede consultarse información más específica al respecto.

# Entre todos hacemos realidad la sostenibilidad



El Prof. Dr. Ulrich Lehner (izquierda) y el Dr. Wolfgang Gawrisch

Satisfacer las necesidades de una población mundial que crece sin cesar y, a la vez, asegurar la correcta distribución del agua, de la energía y de otros recursos para todos podamos disponer de ellos, es una de las grandes preocupaciones de los gobiernos de todo el mundo. Los claros aumentos en el consumo de energía y en los precios de las materias primas que hemos detectado recientemente nos han mostrado, a partir de nuestra propia experiencia, que la administración de los recursos existentes se encuentra en un punto crítico en todo el mundo.

El desarrollo sostenible es un desafío global que sólo puede alcanzarse si todos y cada uno de nosotros hace lo posible por promover la sostenibilidad y la responsabilidad social a nivel local. Esto es cierto y aplicable también para Henkel. Por ello, tal como declaramos en nuestros Valores, estamos dedicados a la sostenibilidad. Lo que ello implica, a efectos prácticos, es que llevamos a cabo nuestras actividades de negocio de forma responsable -de principio a fin en la cadena de valor en todo el

mundo- para contribuir a la sociedad con nuestras marcas y tecnologías y hacer posible que el mundo sea un lugar mejor donde vivir, ahora y en el futuro.

Somos muy conscientes de que un compromiso así debe mantenerse con el paso del tiempo. Contamos con una larga tradición de responsabilidad corporativa, de la cual nos enorgullecemos. En línea con ello y en un mundo sujeto al cambio permanente, hemos ampliado de forma incesante y sostenible los ámbitos de nuestra responsabilidad corporativa. Y así continuaremos haciéndolo en el futuro. Al elegir comprar nuestros productos, clientes y consumidores demuestran que reconocen y aprecian los esfuerzos de Henkel por cumplir su compromiso con la sostenibilidad. No obstante, la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa no pueden depender únicamente del esfuerzo de personas o compañías individuales. Todos debemos adoptar un papel activo -cada empleado y cada miembro de la sociedad. Tan sólo si todos nosotros actuamos de forma responsable podremos ser capaces de conseguir una sostenibilidad auténtica y duradera.

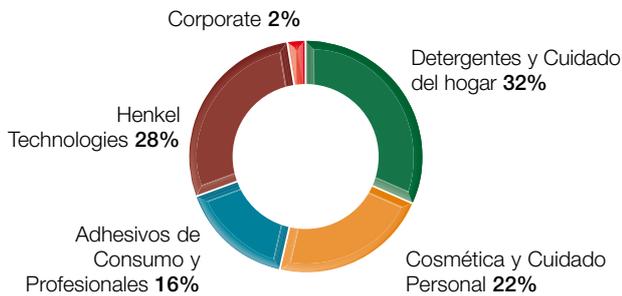
**Prof. Dr. Ulrich Lehner**  
Presidente de Grupo Henkel KGaA

**Dr. Wolfgang Gawrisch**  
Director General de Tecnología (CTO), Investigación/Tecnología  
Presidente del Consejo de Sostenibilidad

# Henkel en síntesis

## Ventas en 2006 por sector de negocio

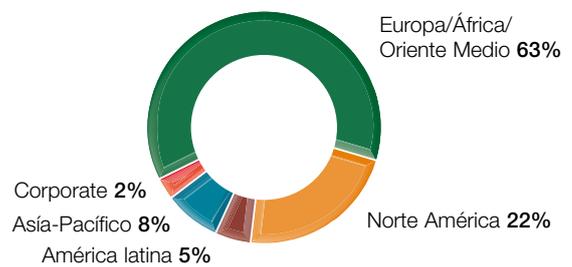
en millones de euros



Total ventas 12.740 (100%)

## Ventas en 2006 por región

por localización/en millones de euros



Total ventas 12.740 (100%)

## Visión general de la compañía

Con nuestras marcas y tecnologías, operamos en 3 áreas estratégicas de negocio: Cuidado del Hogar, Cuidado Personal, y Adhesivos, Selladores y Tratamiento de Superficies. Estas áreas estratégicas de negocio están organizadas en 4 sectores de negocio operativos.

### ► Detergentes y Cuidado del Hogar

Las marcas que comercializa Henkel abarcan una amplia gama y cubren áreas tan diversas como el lavado de la ropa, los detergentes especialistas y la limpieza del hogar. Nuestras primeras marcas son Persil, Somat, Purex, Dixan, Vernel, Mir, Pril, Bref, Spee y Weisser Riese; algunas de ellas ocupan posiciones líderes del mercado en todo el mundo.

### ► Cosmética y Cuidado Personal

Las gamas de este segmento incluyen productos de cosmética para el cuidado de cabello, cuerpo y piel, y productos para la higiene oral. Schwarzkopf, Dial, Fa, Igora, Taft, Palette, Gliss Kur, Right Guard, Schauma, Diadermine y Theramed son las principales marcas internacionales, con las que nos posicionamos como líderes del mercado en todo el mundo.

### ► Adhesivos de Consumo y Profesionales

Henkel ofrece una amplia gama de productos para la corrección, la decoración del hogar y la restauración destinados a la oficina, el hogar y la industria de la construcción. Con marcas como Pattex, Pritt, Ceresit, Loctite, Metylan, Sista, Thomsit, Duck, Tangit y Rubson, somos líderes mundiales en este sector.

### ► Henkel Technologies

Henkel comercializa adhesivos industriales, selladores y productos para el tratamiento de superficies bajo marcas como Loctite, Teroson, Liofol, P3, Technomelt, Adhesin, Bonderite y Hysol que crean reconocidos sistemas de soluciones globales. Henkel Technologies es el líder mundial del mercado en este sector.

En el año fiscal 2006 Henkel generó ventas por valor de 12.740 millones de euros a nivel internacional, gracias a nuestros 52.292 empleados.

En las tres áreas de negocio estratégicas, nuestros cuatro sectores de negocio gozan de posiciones de liderazgo. Los elementos clave de nuestra estrategia a largo plazo son el mercado rentable de América del Norte, y los crecientes mercados de Europa del Este, África, Oriente Medio, Asia-Pacífico y América Latina. Estos mercados en crecimiento registraron el 31% del total de las ventas en 2006.

## Calidad Henkel

Consumidores de más de 125 países de todo el mundo confían en las marcas y tecnologías de Henkel. "Calidad Henkel" garantiza las altas prestaciones y la comodidad de nuestros productos. Esta promesa de calidad también es aplicable a la compatibilidad ecológica de nuestros productos y a la total seguridad que ofrecen a los consumidores, así como a nuestros valores corporativos esenciales como la orientación al cliente, el desarrollo de los recursos humanos y la sostenibilidad. Un factor clave de nuestro enfoque es operar de forma responsable durante toda la cadena de valor.

## Nos centramos en la innovación

En vista de que los deseos de los mercados y de los consumidores están cambiando a un paso cada vez más acelerado, en Henkel aseguramos el éxito a largo plazo de nuestro compromiso corporativo a través del desarrollo de marcas y tecnologías innovadoras. En el año fiscal 2006 invertimos 340 millones de euros en investigación y desarrollo. Actualmente contamos con cerca de 2.800 profesionales de la investigación y el desarrollo en todo el mundo. Nuestro propósito es aumentar el porcentaje de ventas que genera la creación de nuevos productos de un 25% a un 30% en un periodo de tres años.

Para impulsar nuestra cultura de la innovación, lanzamos en 2006 una Campaña de Innovación, de tres años de duración. Para ello dispusimos una base de datos central, en la que todos nuestros colaboradores pueden introducir sugerencias o ideas innovadoras. La respuesta ha sido impresionante, con más de 71.000 ideas introducidas a finales de febrero de 2007. Una de cada cinco podría ser directamente implementable, o ha sido tomada en consideración para una segunda valoración.

## Contribución al desarrollo regional

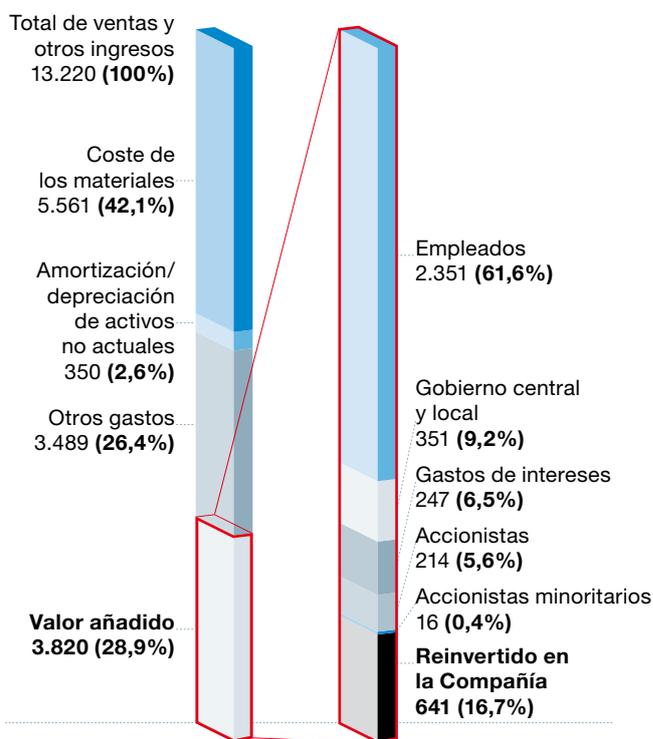
Los países emergentes y en vías de desarrollo esperan que multinacionales como Henkel contribuyan a su desarrollo económico. En ellos, la transferencia de conocimientos y de tecnologías adquiere un papel especialmente importante. En Henkel favorecemos dicha transferencia formando a nuestros empleados y clientes, aplicando modernos métodos de gestión, revisando y renovando nuestro portafolio de productos constantemente e introduciendo productos y procesos de producción más seguros y eficientes que conserven y respeten los recursos existentes.

## Valor añadido para la sociedad

La contribución económica de Henkel se revela en su declaración sobre el valor añadido. La mayor parte del valor añadido -61,6%- recayó en los empleados. Los gobiernos centrales y locales recibie-

## Declaración sobre el valor añadido 2006

en millones de euros/porcentajes



ron el 9,2% en forma de tasas, y las financieras recibieron el 6,5% en forma de intereses. El 5,6% recayó en los accionistas como dividendos. Éstos también se beneficiaron de la positiva subida del valor de las acciones en 2006: el 31,2% en acciones preferentes y el 25% en acciones ordinarias.

El valor añadido no asignado está disponible para realizar inversiones y, por lo tanto, para financiar el futuro crecimiento de la Compañía.



*“Contribuyendo a la innovación, transfiriendo conocimiento y tecnología, creando productos ecológicamente compatibles y haciendo un mejor uso de los recursos no renovables, las compañías puede hacer una contribución muy significativa a la solución de los desafíos globales”.*

**Prof. Alejandro Sosa,**  
Director Ejecutivo, Global  
Environment Management Initiative,  
Ciudad de México, México.  
[www.gemi.org.mx](http://www.gemi.org.mx)

# Valores y Dirección

## Nos centramos en la sostenibilidad

La sostenibilidad garantiza nuestra viabilidad en el futuro. Henkel alinea sus procesos de negocio con los principios de la sostenibilidad porque cree que ésta es la clave para obtener ventas y beneficios de manera socialmente responsable. Esta filosofía se aplica a todas las actividades de la Compañía.

Alineando nuestra conducta y nuestras actividades empresariales con los principios del desarrollo sostenible podemos reforzar y ampliar nuestra competitividad en el mercado global. La confianza en Henkel y en sus marcas da libertad emprendedora a la Compañía y alimenta su éxito empresarial. La gestión sistemática de riesgos permite adoptar medidas preventivas para evitar

potenciales riesgos y aprovechar al máximo las oportunidades de mejora. Los procesos seguros y eficientes no sólo contribuyen a la protección medioambiental, a la seguridad y la salud laboral, sino a una reducción de los costes y del consumo de recursos.

Con productos efectivos y seguros y tecnologías que conjugan el beneficio para el cliente y el progreso ecológico, somos capaces de posicionarnos favorablemente en el mercado. Las prácticas de negocio responsables fortalecen la motivación de nuestros empleados y su identificación con la Compañía. Nuestra estrategia de sostenibilidad asegura, así, que la Compañía seguirá aumentando su valor a largo plazo.

### Integración Sistemática

Integramos nuestra estrategia de sostenibilidad en la Compañía de forma sistemática a través de requisitos corporativos, sistemas eficientes de gestión y una estructura organizativa que define claramente las responsabilidades. La interacción de los estándares globales y uniformes, de las herramientas de control comunes a toda la Compañía y de los programas de actuación regionales es la clave para obtener resultados. De este modo los logros y avances pueden quedar registrados -y allí donde las mejoras sean posibles y necesarias- los programas pueden ser alineados con los desafíos y prioridades sociales correspondientes.

### Pautas de conducta basadas en valores

En todas las áreas de negocio y culturas en las que Henkel opera, su Visión y los diez Valores derivados de ella proporcionan una guía de comportamiento y de actuación para todos los empleados de Henkel. La Visión y los Valores de Henkel constituyen la base para las pautas de conducta que Henkel ha especi-

ficado en diferentes códigos. El Código de Conducta, ha sido diseñado para ayudar a los empleados frente a cuestiones legales y éticas. El Código de Trabajo en Equipo y Liderazgo proporciona una guía de conducta para cargos directivos y empleados; el Código de Sostenibilidad Corporativa define los principios y expectativas de las prácticas de negocio sostenibles y de la responsabilidad social corporativa de Henkel.



El conjunto de Códigos es la base para la implementación en Henkel de la iniciativa “Global Compact” de las Naciones Unidas.

### Requisitos claramente comunicados

Henkel opera en varios mercados y regiones con sistemas legales, estándares sociales y hábitos diversos. Las actitudes adoptadas ante la concesión o aceptación de incentivos, regalos y favores, por ejemplo, varían enormemente en cada región. Muchos empleados de Henkel trabajan en países con un alto riesgo de corrupción, según afirman algunos estudios como el llevado a cabo por Transparency International,

Por ello, en 2000 Henkel estableció un Código de Conducta que sirve de ayuda a los empleados de todo el mundo para responder correcta y ade-

## Vision y Valores

Henkel es líder en marcas y tecnologías que hacen la vida de las personas más fácil, mejor y más agradable.



Estamos orientados a nuestros clientes.



Desarrollamos marcas y tecnologías superiores.



Aspiramos a la excelencia en calidad.



Nos esforzamos por innovar.



Nos adaptamos al cambio.



Tenemos éxito gracias a nuestra gente.



Estamos comprometidos con nuestros accionistas.



Cuidamos el medio ambiente y tenemos responsabilidad social corporativa.



Nos comunicamos abierta y activamente.



Conservamos la tradición de una compañía familiar abierta. 

cuadramente cuando se enfrenten a cuestiones éticas o legales, así como durante el proceso de toma de decisiones estratégicas. En 2004 revisamos nuestro Código de Conducta para reflejar el cambiante entorno legal y económico en el que opera una compañía global. Sus precisas y detalladas indicaciones proporcionan unas pautas claras para el trato y relaciones con clientes, compañeros, accionistas, competidores, el entorno y la sociedad.

Henkel rechaza estrictamente cualquier forma de corrupción. El Código, por lo tanto, prohíbe claramente a los empleados de Henkel ofrecer, conceder o aceptar incentivos.

El Código de Conducta revisado fue introducido en la Compañía en 2005 y es vinculante para todos los empleados. El Código ha sido traducido a varios idiomas, y los responsables de recursos humanos y de comunicación de los distintos países han desarrollado actividades de comunicación y de formación adecuadas a él.

Además, los cargos directivos y especialistas de los departamentos de Recursos Humanos y de Auditoría Interna Corporativa pueden proporcionar consejo en caso de duda.

### Estándares para la sostenibilidad

El Código de Sostenibilidad Corporativa adquiere su forma a partir de estándares internos. Los estándares están basados en requisitos ya existentes para la seguridad, la salud y el medio ambiente (estánda-

res SHE), y se complementan con los aspectos sociales de la responsabilidad corporativa.

A principios de 2006, ampliamos los estándares SHE, extensamente revisados, y las directrices que afectan a las compras y adquisiciones de toda la Compañía, para incluir los estándares sociales en ellas. Hemos integrado los requisitos especificados en las Directrices para empresas multinacionales de la *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* y en el Social Accountability Standard (SA 8000), así como las pautas más relevantes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). 

Al desarrollar los estándares, uno de los mayores focos de atención fue el trato con proveedores y con socios. Los sectores de negocio complementan los estándares corporativos con requisitos de calidad específicos del negocio.



**“Debido a los tres mayores desafíos -la densidad de población, la escasez de recursos y la contaminación medioambiental- la búsqueda del desarrollo sostenible en términos económicos, sociales y medioambientales es la única solución”.**

**Prof. Dr. Peng Sizhen,**  
Director del Centre for Environmentally Sound Technology Transfer, The Administrative Centre for China's Agenda 21. Beijing, China.  
www.acca21.org.cn

## Organización para la sostenibilidad



La Junta Directiva de Henkel lleva toda la responsabilidad de la política de sostenibilidad y alinea la política de negocios de la Compañía con las oportunidades para los requisitos del desarrollo sostenible. El Consejo de Sostenibilidad, cuyos miembros proceden de todas las áreas de la Compañía, dirige las actividades globales en colaboración con los sectores de negocios operativos, las compañías nacionales y regionales y las funciones corporativas. <sup>(i)</sup>

### Integrados en los sistemas de dirección

Hemos definido los requisitos que derivan de los procesos de negocio de Henkel en sistemas de dirección integrados, que hemos adaptado a las circunstancias específicas de cada centro de producción. Al hacerlo, hemos tenido en cuenta las diferencias existentes en los medios productivos y los tipos de productos fabricados, así como en las regulaciones nacionales y administrativas.

Para asegurar la implementación de los estándares SHE en toda la Compañía, el mismo departamento lleva a cabo auditorías regulares en todas las plantas de producción. Dichas auditorías son un elemento clave en la gestión de riesgos y registran los avances y progresos logrados tras implementar los sistemas de dirección integrados en todo Henkel.

Por primera vez, pedimos a todos los centros de producción que llevaran a cabo una auto evaluación en relación con la protección medioambiental, la seguridad y la salud laboral. Con la ayuda de un detallado cuestionario, los centros informaron acerca de la implementación de los estándares.

Esto permitió tener una visión general de los puntos fuertes y débiles de los centros de todo el mundo y llevar a cabo las acciones pertinentes. En base a las auditorías y a las auto evaluaciones realizadas, los sectores de negocio operativos han definido objetivos muy ambiciosos y medidas de obligado cumplimiento a todos los niveles, con el fin de seguir hacia delante con nuevas mejoras.

### Gobierno Corporativo en Henkel

La entidad que controla a Henkel es Henkel KGaA, con sede central en Düsseldorf. El control y la dirección corporativamente responsables, orientados hacia un aumento de valor para los accionistas a largo plazo, han sido siempre parte de nuestra identidad. Teniendo en cuenta los aspectos relativos a su forma jurídica y estatutos, Henkel KGaA cumple las principales recomendaciones del Código de Gobierno Corporativo Alemán, con una excepción. Los nombres de los accionistas individuales de la familia Henkel no aparecen listados en el Junta de Supervisión ni en el Comité de Accionistas. El texto completo de la declaración de conformidad puede encontrarse en Internet.

El informe de remuneración que se encuentra en las páginas 22 y 27 del Informe Anual de Henkel de 2006, expone los principales elementos del sistema de compensación vigente para la Junta Directiva, la Junta de Supervisión y el Comité de Accionistas de Henkel KGaA, e indica el nivel de remuneraciones pagadas. **i**

### Proveedores y otros socios

Esperamos que la conducta de nuestros proveedores y socios de negocio estén de acuerdo con nuestros estándares de ética corporativa. Al iniciar relaciones comerciales con ellos tenemos en cuenta si su actuación está orientada a la sostenibilidad y a la responsabilidad social corporativa. Estas valoraciones están basadas en nuestras directrices corporativas de compras. La uniformidad de criterios expresa estos requisitos en términos concretos que contemplan la seguridad, la salud, el medio ambiente, la calidad, los derechos humanos, los estándares para los empleados y políticas contra la corrupción.

### Aceptación temprana de la responsabilidad

En base a nuestros estándares de Seguridad, Salud y Medio Ambiente (estándares SHE), formulados en 1997, nuestros departamentos de compra y los sectores de negocio operativos han implementado procesos para valorar cómo operan sus proveedores y socios de negocio en los campos de la seguridad, la salud y el medio ambiente. Las auditorías se llevan a cabo de acuerdo con el tipo de productos y servicios suministrados, así como con la región y la relación con los proveedores y socios de negocio. Si los proveedores o socios de negocio no conocen los estándares, llegamos a un acuerdo con ellos según el cual deberán aplicar medidas de mejora y, si es necesario, llevar a cabo auditorías de seguimiento. Actualmente, cerca del 20% del volumen de nuestras compras procede de proveedores colaboradores y socios de negocio cuyos centros de producción han sido auditados por Henkel.

### Estructuras eficientes

Adquirimos materias primas, productos y servicios de proveedores y socios de negocio en unos 140 países. Casi el 90% del total de las compras que realizamos procede de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En 2006, nuestras actividades se centraron principalmente en optimizar las estructuras y los procesos de nuestra organización de compras a nivel global. Como parte de este proyecto, también llevamos a cabo la estandarización de las compras regionales y de los sistemas de evaluación en todo el mundo.

### Cuestionario y evaluación

En una fase piloto inicial, probamos el cuestionario desarrollado en 2005 para proveedores europeos y socios de negocio, y lo revisamos en 2006. Como parte de la gestión de proveedores internacionales, el cuestionario es una herramienta con la que comunicamos nuestras expectativas a proveedores y a socios de negocio. El conocimiento obtenido durante la fase piloto inicial y durante a una serie de proyectos regionales, desarrollados para evaluar y aprobar a proveedores y socios, ha sido integrado en un concepto exhaustivo que será implementado en 2007. Nuestra intención es evaluar, a finales del 2007, el 80% del volumen de compra global (5,6 mi-



***“Las empresas tienen que gestionar correctamente sus responsabilidades operativas, a lo largo de toda la cadena de valor, con el fin de mantener su capacidad de operar en el mercado”***

**Prof. Dr. Marco Frey,**  
Centre for Research on  
Energy and Environmental  
Economics, Milan, Italy,  
[www.unibocconi.it](http://www.unibocconi.it)



En un clima marcado por el crecimiento de la conciencia acerca de la importancia del desarrollo sostenible, Henkel India y el *Institute of Management Technology (IMT)* han establecido el “*Centre for Excellence in Environment Management*” en Gaziabad. En octubre de , organizaron conjuntamente la conferencia “*Developing Green Competitiveness for Sustainable Development*” en Nueva Delhi.



Sostenibilidad al estilo coreano: En septiembre de 2006, una delegación de expertos en sostenibilidad de Corea del Sur visitó la sede de Henkel en Düsseldorf para conocer el programa de gestión de la sostenibilidad de Henkel. El Informe de Sostenibilidad de la Compañía generó un gran interés.

llones de euros) de materias primas, artículos de consumo y materias auxiliares, así como de embalaje y productos acabados, en base al cuestionario. Las medidas de mejora y las auditorías necesarias serán entonces acordadas por todas las partes implicadas.

### Diálogo con todas las partes interesadas (stakeholders)

Solamente a través del diálogo con todos los grupos sociales podremos dar con soluciones viables y permanentes a los retos que presenta el desarrollo sostenible. Para ser capaces de valorar los intereses de los distintos “stakeholders” y evaluarlos en función de cada caso concreto, Henkel busca continuamente el diálogo con ellos a nivel local, regional e internacional. Entendemos como “stakeholders” a todos los empleados, accionistas, clientes, consumidores, proveedores, vecinos, autoridades gubernamentales, políticos, asociaciones, organizaciones no gubernamentales (ONGs), científicos y el público en general. Siempre nos hemos comunicado abierta y activamente con ellos, incluso cuando hemos cometido errores.

### Nos anticipamos

Contemplamos el diálogo con nuestros “stakeholders” como una oportunidad para la identificación temprana

de las necesidades de nuestros diversos mercados, y para definir las áreas clave de nuestras actividades. Este diálogo no sólo fortalece la comunicación y el entendimiento entre Henkel y sus “stakeholders”, sino que de forma simultánea realiza una importante contribución a la gestión de riesgos de la Compañía.

### Importancia de los grupos de interés

Utilizamos una gran cantidad de herramientas de comunicación para satisfacer la necesidad de información específica de nuestros “stakeholders”. Comunicamos toda la información detallada y complementaria acerca de la sostenibilidad a través de nuestro Informe de Sostenibilidad, Internet y nuestra Intranet. Los temas de actualidad son publicados en notas de prensa, canales de información al consumidor o en la revista corporativa interna para los empleados.

### Directo

Nada puede sustituir el contacto directo. Sirve como base para los intercambios y el mutuo entendimiento, y nos ofrece la oportunidad de divulgar nuestras actividades. Por ello, en 2006 organizamos de nuevo una serie de eventos para

## Visión general de la comunicación de sostenibilidad

	Empleados	Mercado financiero	Proveedores	Clientes	Consumidores	ONGs	Políticos/ autoridades gubernamentales	Medios de Comunicación	Científicos	Vecinos
Informe Anual	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Informe de Sostenibilidad	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
www.henkel.com/sustainability	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Notas de prensa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canales de inf. al consumidor	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canales de inf. a los empleados	●									
Portal de sosten. en la Intranet	●									
Diálogo directo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Jornadas de puertas abiertas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Reuniones con inversores	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Clasificaciones de sostenibilidad	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Publicaciones especializadas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

● Principales grupos de interés    ● Otros grupos de interés

promover el diálogo, que comprendían desde jornadas de puertas abiertas o mesas redondas con grupos de interés a la participación en iniciativas internacionales.

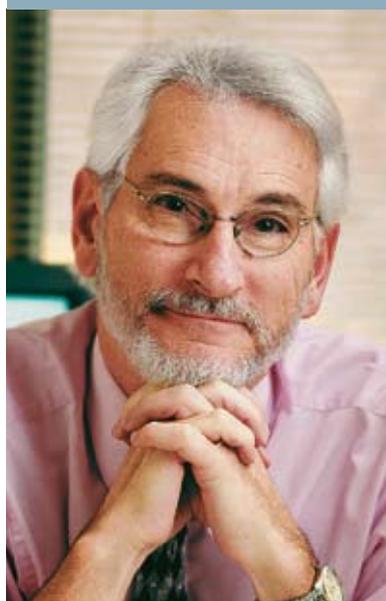
Como en años anteriores, apoyamos el “Action Day – Sustainable Washing”, celebrado en toda Alemania, mediante stands informativos y folletos para el consumidor. En mayo de 2006, con el objetivo de intensificar el diálogo local en España y de comunicar la Visión y los Valores de Henkel más ampliamente, Henkel Ibérica invitó a los miembros de UNAE, organización que protege los intereses de las amas de casa, a una jornada de puertas abiertas con su sede en Barcelona.

Cerca de 300 personas aprovecharon esta oportunidad para conocer los últimos desarrollos de producto en todos los sectores de negocios.

En septiembre de 2006, los especialistas de Henkel se encontraron con los representantes del North Rhine-Westphalian “Eine-Welt-Netz” (Una red mundial), un programa de políticas educativas. Durante este evento de un día de duración, se discutió acerca de los objetivos del desarrollo sostenible para Henkel y para la sociedad al completo.

En otras reuniones y eventos en Frankfurt am Main, Londres y París, y también en conferencias telefónicas, condujimos vivas charlas con inversores y analistas de sostenibilidad.

Tuvimos estas charlas con expertos en sostenibilidad a nivel nacional e internacional con la intención de acceder a nuevas ideas para nuestra Compañía y compartir nuestra experiencia con los demás. Los temas clave incluyeron la seguridad de los productos y las materias primas, sistemas de gestión, informes de sostenibilidad y marketing con causa (vinculando al marketing con donaciones causas justas).



**“Las expectativas y los mandatos con respecto a la información no económica serán intensificados, yendo mucho más allá de las cuestiones medioambientales para abarcar los aspectos sociales, económicos y de gobierno de la Compañía”.**

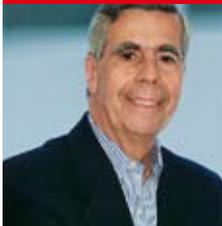
**Dr. Allen White,**  
Vicepresidente y Miembro de la  
Junta Directiva del Tellus Institute,  
Boston, Massachusetts, EE.UU.  
[www.tellus.org](http://www.tellus.org)

**Científico**

Henkel fomenta el debate científico sobre la sostenibilidad en todo el mundo. La organización de seminarios proporciona un mejor entendimiento de cómo aplicar en la práctica los principios de sostenibilidad. En Alemania, por ejemplo, los estudiantes de Ciencias Medioambientales de la Universidad a distancia de Hagen y de la Universidad de Lüneburg fueron invitados a un seminario para estudiar varios casos sobre el uso de materias primas

renovables y cuadros de mando integral. Con los estudiantes de la Universidad de Düsseldorf se han discutido la influencia de las organizaciones no gubernamentales y su importancia para Henkel. En India, junto con el *Institute of Management Technology (IMT)* hemos establecido el *Centre for Excellence in Environment Management*, que constituirá una plataforma para la cooperación entre las comunidades científicas y de negocio para promocionar el conocimiento y la aceptación de las prácticas comerciales compatibles con el medio ambiente.

**Diálogo con expertos en sostenibilidad**



**Henrique B. Cavalcanti**  
Presidente de FUNATURA, Brasilia, Brasil

**Prof. Dr. P.D. Jose**  
*Institute of Management*  
Bangalore, India

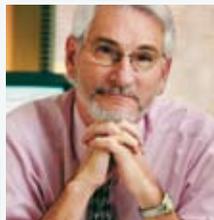
**Prof. Dr. Peng Sizhen**  
Director del *Center for Environmentally Sound Technology Transfer*, Beijing, China



**Prof. Dr. Marco Frey**  
*Centre for Research on Energy and Environmental Economics*, Milan, Italy

**Dr. Mikhail Kozeltsev**  
*Russian Regional Environmental Center (RREC)*, Moscú, Russia

**Prof. Alejandro Sosa**  
Director de la *Global Environment Management Initiative (GEMI)*, Mexico City, Mexico



**Christian Hochfeld**  
Subdirector del *Öko-Institut e.V. (Institute for Applied Ecology)*, Berlin Office, Alemania

**Prof. Dr. István Láng**  
Miembro de la *Hungarian Academy of Sciences*, Budapest, Hungría

**Dr. Allen White**  
Vice Presidente y Miembro de la Junta Directiva del *Tellus Institute*, Boston, Massachusetts, EE.UU.

Los intercambios con expertos en sostenibilidad internacionalmente reconocidos juegan un papel especial en el diálogo de Henkel con sus “stakeholders”. Para los Informes de Sostenibilidad de 2004 y 2005 pedimos a expertos de Brasil, China, Alemania, Hungría, India, Italia, México, Rusia y los Estados Unidos que describieran los retos y prioridades que veían para sus respectivos países y regiones. Escogimos a esos expertos por su conocimiento de los desafíos a los que se enfrentan sus países, y por su experiencia en la gestión de la sostenibilidad corporativa.

Expertos de Italia y México continuaron su diálogo con cargos directivos locales de Henkel. Así, fuimos capaces de comparar nuestra visión de los retos y desafíos con ellos, y obtuvieron un mayor entendimiento de las actividades de la compañía. Este diálogo nos ayuda a alinearnos con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social para reflejar las expectativas externas de las diferentes regiones, y para encontrar las respuestas correctas –especialmente cuando se trata de desarrollar soluciones apropiadas a nivel local.

## Resultados del diálogo

En conjunto, las contribuciones de los expertos presentan una imagen equilibrada de los elementos clave para las economías emergentes y los países industrializados. Está claro que, mientras muchos de los retos del desarrollo sostenible son similares en todas partes, las prioridades y las perspectivas difieren ampliamente en cada región. Las economías emergentes, en particular, esperan que las multinacionales contribuyan al desarrollo de sus países. En los países industrializados, por el contrario, mantener la competitividad se está convirtiendo en un elemento cada vez más decisivo.

La tabla inferior presenta los resultados de nuestro

diálogo con los expertos y ejemplifica varias de las expectativas de forma concreta. Las versiones completas de las declaraciones de los expertos se pueden encontrar en Internet. 

Basándonos en los resultados del diálogo, hemos elaborado nuestro Informe de Sostenibilidad. La nueva estructura del informe refleja directamente las áreas clave identificadas en este diálogo e indica las respuestas de la Compañía a los distintos desafíos regionales y globales.

Este acercamiento pretende enfatizar lo importante que es para Henkel su responsabilidades corporativas y su contribución al desarrollo sostenible.

Áreas clave	Expectativas en países industrializados	Expectativas en economías emergentes
<b>Desarrollo económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Seguir siendo competitivos y ofrecer oportunidades de desarrollo a las economías emergentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Contribuir al desarrollo del país, especialmente en regiones estructuralmente débiles.</li> </ul>
<b>Valores y Dirección</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promover la adopción de elevados estándares sociales y medioambientales a lo largo de toda la cadena de valor y, especialmente, entre nuestros proveedores.</li> <li>▶ Crear transparencia en relación con los aspectos económicos, ecológicos y sociales de nuestras actividades corporativas, especialmente en las economías emergentes.</li> <li>▶ Apoyo a los Derechos Humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Actuar de forma ética y legal.</li> <li>▶ Establecer elevados estándares medioambientales y sociales, y dar un ejemplo a proveedores y a la competencia.</li> <li>▶ Ayudar a construir competencias e instituciones de gestión.</li> </ul>
<b>Empleados y lugar de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promover la seguridad laboral a través de la formación y desarrollo de nuestros empleados.</li> <li>▶ Conducir proactivamente retos como la igualdad de oportunidades y el envejecimiento de la población</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crear puestos de trabajo y formar a los empleados.</li> <li>▶ Asegurar la protección de la salud y la seguridad laboral.</li> <li>▶ Promover y aumentar la conciencia sobre la protección medioambiental en el empleado.</li> </ul>
<b>Productos y marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Garantizar la seguridad del producto.</li> <li>▶ Ofrecer productos de calidad a precios justos.</li> <li>▶ Promover el consumo sostenible a través de productos ecológicos y éticos, informando a los consumidores y aumentando su conciencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Desarrollar y comercializar productos de calidad para aquellos que se encuentran en la parte inferior de la pirámide de riqueza.</li> <li>▶ Asegurar que los productos son seguros y compatibles con el medio ambiente.</li> <li>▶ Considerar el contexto social y cultural.</li> </ul>
<b>Eficiencia de recursos y protección climática</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Enfoque más fuerte en productos: Desmaterialización de la economía pasando de los modelos de negocio orientados al producto a los orientados al servicio.</li> <li>▶ Ayudar a reducir las emisiones de gases que provocan el efecto invernadero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Transferir el conocimiento y las nuevas tecnologías que conservan la energía y los recursos.</li> <li>▶ Satisfacer las crecientes necesidades de los consumidores con productos que utilizan recursos escasos de forma eficiente.</li> </ul>
<b>Compromiso social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Trabajar para cumplir los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU.</li> <li>▶ Ayudar a resolver problemas sociales, fomentando también el voluntariado entre empleados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Apoyar y promover, en particular, a los niños y jóvenes desfavorecidos.</li> <li>▶ Aumentar la conciencia general acerca de la protección medioambiental.</li> <li>▶ Promover la educación y la investigación para el desarrollo sostenible.</li> </ul>

# Productos sostenibles y uso eficiente de los recursos

## Nos centramos en la sostenibilidad

Actuar de forma responsable a lo largo de toda la cadena de valor -de la investigación y el desarrollo a la producción y la logística de nuestras marcas y tecnologías- es un factor crucial en la forma de dirigir nuestra empresa.

La innovación es la clave para la sostenibilidad. La alineación coherente de las necesidades de clientes y consumidores, combinada con la consideración temprana de los aspectos de la sostenibilidad en nuestra estrategia de investigación, nos sitúa a la cabeza de la técnica y nos da ventajas competitivas.

Los requisitos de la sostenibilidad y la responsa-

bilidad social corporativa están incorporados en nuestra investigación y en las actividades de desarrollo de productos desde el principio. Durante la investigación y el desarrollo, nos aseguramos de que nuestros productos y tecnologías sean seguros si se utilizan correctamente y de que no tengan un impacto negativo en la salud ni en el medio ambiente.

Nuestros especialistas analizan los posibles riesgos de los productos nuevos a lo largo de su ciclo de vida. Esto permite a Henkel cumplir con las expectativas y cubrir las necesidades de clientes y consumidores, gracias a productos y tecnologías innovadores.

Objetivos	Estatus
Desarrollo de una nueva prueba de sostenibilidad para nuevas categorías de producto en el sector de negocio de Detergentes y Cuidado del Hogar.	Se ha elaborado y definido una lista de criterios; su implementación se encuentra en fase pruebas.
Valoración sistemática de la compatibilidad de las materias primas utilizadas para productos cosméticos con el medio ambiente.	Las evaluaciones ya están disponibles para las sustancias utilizadas en grandes cantidades y se contemplan dentro de las valoraciones de producto; el sistema de examinación es ampliado de forma regular para cubrir todas las sustancias existentes y nuevas.
Desarrollo continuo de modelos de piel para testar la eficacia del producto y lograr así que aumente el beneficio para el consumidor.	Lanzamiento exitoso de productos innovadores para el cuidado facial. Por ejemplo: Diadermine Wrinkle Expert.
Optimización continua de toda la gama de productos, alineada con los conceptos de seguridad, la salud y el medio ambiente.	Objetivo permanente: ver páginas 18 a 25
Desarrollo de más métodos de test que no se realicen en animales.	Participación en programas colectivos con otras compañías, para que los nuevos métodos de test puedan ser investigados y establecidos de forma más eficiente; ver páginas 14 y 15
Preparación del sistema REACH (acrónimo inglés de Registro, Evaluación y Autorización de productos Químicos) de la Unión Europea.	Ver páginas 14 y 15.

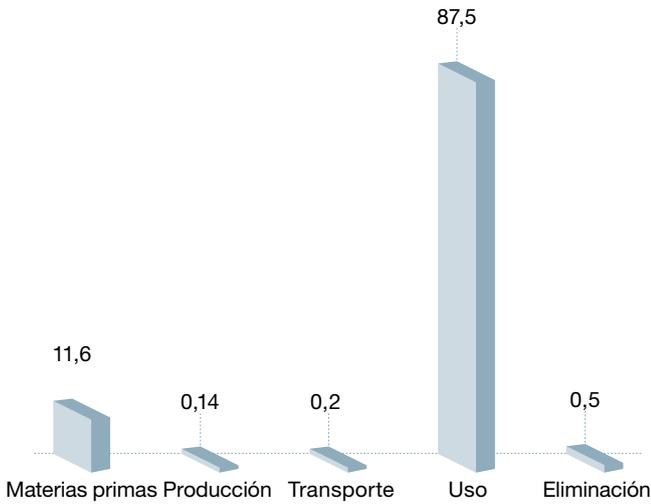
## Foco en el ciclo de vida del producto

Mejoramos continuamente la seguridad de nuestros productos y su compatibilidad con el medio ambiente en todas las fases de su ciclo de vida: investigación y desarrollo, materias primas, producción, logística, uso y eliminación. Las medidas de mejora deben aplicarse, en particular, en aquellos puntos donde las consecuencias para el medio ambiente son especialmente destacables y pueden efectuarse mejoras de forma eficiente. Para identificarlas, nuestros expertos analizan y examinan sistemáticamente el ciclo de vida de los productos. Al hacerlo, recu-

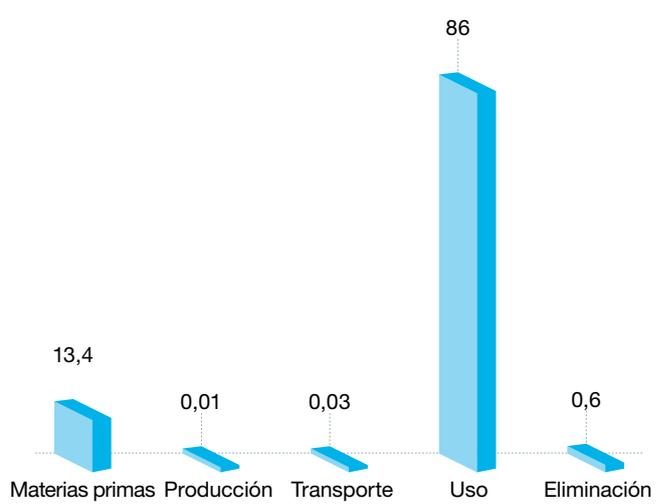
ren a su experiencia y a su conocimiento de los métodos de producción, así como de las aplicaciones, usos y eliminación de nuestros productos, para finalmente evaluar su ciclo de vida. El análisis del ciclo de vida de los detergentes para lavavajillas automáticas, por ejemplo, muestra claramente que el máximo impacto sobre el medio ambiente tiene lugar durante la fase de uso del producto. Una de sus tareas clave es, pues, mejorar la efectividad de los detergentes a temperaturas bajas y utilizando cantidades menores de agua. Somat 7 es un ejemplo de innovación en esta área (ver página 19).

**Análisis del ciclo de vida de los detergentes para lavavajillas automáticas**

**Consumo de energía (porcentaje)**



**Consumo de agua (porcentaje)**



**Trabajo conjunto**

Henkel participa en programas colectivos con otras compañías porque el desarrollo sostenible sólo puede conseguirse a través de acciones conjuntas y coordinadas. Dos proyectos iniciados por la *International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.)* tuvieron una especial importancia en el . Uno de ellos fue el “Laundry Sustainability Project”, y el otro fue el proyecto “Save Energy and Water”, relacionado con los lavados automáticos de vajilla energéticamente eficientes en la Unión Europea, Noruega, Islandia y Suiza. *(i)*

Henkel sigue persiguiendo los objetivos de la *Charter for Sustainable Cleaning* de la A.I.S.E. En marzo de 2005, tras superar la auditoría requerida, Henkel fue la primera compañía en firmar la Carta, cuyo objetivo es promover y demostrar la implementación de prácticas sostenibles en el desarrollo, producción, uso y eliminación de detergentes y productos de limpieza. Ej. a lo largo del ciclo de vida de los productos. *(i)*



**Seguridad de los productos: Implementación en Henkel**

La calidad de primera de los productos Henkel significa algo más que altas prestaciones y utilidad. También incluye aspectos de seguridad y compatibilidad ecológica. Clientes y consumidores pueden tener la certeza de que los productos y tecnologías de Henkel son seguros cuando se utilizan correctamente y de que han sido testados en profundidad para asegurar su compatibilidad con el medio ambiente. Los potenciales riesgos de los nuevos productos son analizados de forma temprana y sistemática durante los procesos de investigación y de desarrollo. *(i)*



*“Entendemos que las iniciativas que tienen por objeto el fomento del consumo sostenible en los mercados de la UE y otras naciones industriales tienen un gran potencial para aumentar la conciencia de los consumidores y tener éxito con bienes y servicios sostenibles”*

**Christian Hochfeld,**  
Subdirector del Öko-Institut e.V.  
(Institute for Applied Ecology),  
Berlin Office, Alemania  
[www.oeko.de](http://www.oeko.de)

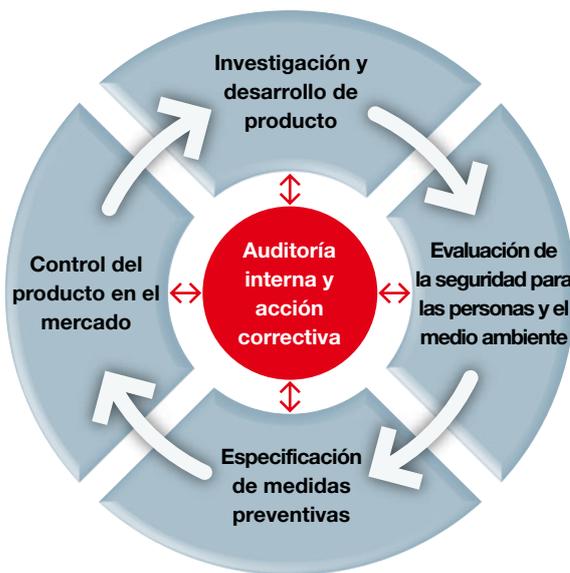
Para empezar, nuestros expertos investigan si los ingredientes de los productos podrían suponer un peligro para las personas o para el medio ambiente. Tras ello, determinan en qué medida o grado, qué personas y qué entorno están expuestos a la sustancia. En muchos casos, una sustancia determinada no provoca efectos nocivos o dañinos a menos de que esté presente en una cierta cantidad y concentración. Sólo es posible determinar si un producto puede ser utilizado de forma segura cuando se analizan los resultados de ambos criterios de evaluación para detectar los potenciales riesgos. La fórmula del producto también es sometida a un análisis de las propiedades de sus ingredientes por separado, de su concentración y de las condiciones de uso del producto. El uso de sustancias con ciertas propiedades peligrosas está terminantemente restringido a algunas aplicaciones desde el principio. Por ejemplo, las sustancias que han demostrado poseer propiedades cancerígenas, teratogénicas o mutagénicas no son utilizadas en productos de consumo. Otras sustancias están sujetas a estrictas condiciones y restricciones impuestas por Henkel.

Los profesionales del desarrollo de productos y los expertos en seguridad realizan un control y un seguimiento de los productos que están en el mercado con el propósito de acumular una experiencia de la que luego se nutren las evaluaciones, y de asegurar que los productos que hay en el mercado son seguros. Los nuevos conocimientos científicos, las impurezas inesperadas en materias primas o los problemas relacionados con la producción hacen necesaria una nueva valoración del producto o modificaciones en las medidas de prevención y protección.

### Desarrollo de alternativas a pruebas en animales

En el 2006 consolidamos nuestra investigación de la piel y el cabello con el desarrollo de sistemas de pruebas que no implicaran el uso de animales vivos, así como estudios dermatológicos en nuestra compañía biológica Phenion. El propósito de este nuevo centro de competencia es buscar e investigar las interacciones entre las sustancias y la piel humana. Mediante el co-

### Implementación dentro de la compañía



La Seguridad Corporativa del producto define los requisitos y procedimientos con auditorías regulares para verificarnos su cumplimiento. Los sectores de negocio son responsables de la implementación de la seguridad en el producto.

nocimiento adquirido con ello, Phenion apoya el desarrollo de productos innovadores de Henkel y promueve el desarrollo de alternativas a los tests en animales.

Entre otros métodos, Phenion utiliza un modelo de piel humana que desarrolló como base para concebir nuevos métodos de pruebas in Vitro (tests que se llevan a cabo en probetas). A partir de la cooperación con grupos líderes de la investigación en todo el mundo, Phenion también actúa como un centro industrial de referencia para la implementación de métodos de test alternativos. <sup>(i)</sup>

### Sociedad europea para alternativas a los tests en animales

A finales de 2005, la Comisión Europea y un número de compañías industriales fundaron la *European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing (EPAA)*. Su objetivo es promover el desarrollo de alternativas a los tests en animales. Henkel participa activamente en esta Sociedad junto con su compañía de investigación Phenion.

El 18 de diciembre de 2006, la EPAA publicó su primer informe anual. <sup>(i)</sup>

### Requisitos de la política de la UE para productos químicos

Henkel apoya la idea de la nueva regulación REACH de la Comisión Europea en relación con el registro, evaluación, autorización y restricción de productos químicos. La adopción de la regulación, realizada por los Ministros de Medio Ambiente de la UE en diciembre de , supuso el fin de muchos años de debate acerca de la reforma de la política europea para productos químicos. REACH entrará en vigor el primero de junio de 2007.

Como usuario de sustancias químicas, Henkel ya aplica estrictos procesos de evaluación que serán corregidos si es necesario para cubrir los requisitos del futuro. No obstante, Henkel también fabrica e importa productos químicos que, siguiendo las regulaciones de REACH, tendrán que ser registrados.

En todas las áreas de la Compañía que están afectadas, los grupos de trabajo están llevando a cabo las preparaciones necesarias para implementar de forma eficiente las medidas requeridas por REACH dentro del plazo establecido. Este trabajo incluye la comunicación con nuestros proveedores de materias primas y con los clientes que compran nuestros productos técnicos, así como el pre-registro de materias primas.

La especificaciones para la implementación de la REACH todavía no están disponibles. Para asegurar que estas especificaciones están formuladas con un enfoque práctico, Henkel está participando de forma activa en el desarrollo de propuestas adecuadas al nivel europeo. El foco de atención, en este caso, está en el uso de métodos eficientes para evaluar los productos en función de los resultados del análisis de sus ingredientes individuales. **i**

### Contribución a la protección del clima

El cambio climático es uno de los problemas medioambientales más complejos e importantes de nuestra época. Por ello conocemos la importancia que tiene lograr la reducción de gases de efecto invernadero en todo el mundo. Como fabricantes de productos de consumo de corta vida, así como de productos industriales y de tecnologías, nuestras actividades no con-

### Reconocimiento al desarrollo de energías alternativas



Con la creación a medida de altas tecnologías y selladores, Henkel hizo posible la fabricación de techos solares extremadamente ligeros y flexibles para Solar Integrated. En noviembre de , la exitosa colaboración fue honrada con el *European Environmental Press Award* en la exhibición de medio ambiente Pollutec en Lyon, Francia

llevan grandes emisiones. La mayoría de la energía es consumida, y por tanto la mayoría del dióxido de carbono se emite durante el uso de nuestros productos, como muestra ver el análisis del ciclo de vida de los detergentes para lavavajillas automáticas (página 13). Por ello nos concentramos en desarrollar productos y tecnologías que sean energéticamente eficientes. Con nuestro conocimiento en adhesivos, selladores y tratamientos para las superficies, tenemos un papel importante en el desarrollo de fuentes de energía nuevas y limpias como pilas de combustible y células solares ligeras . Así, hacemos una importante contribución al desarrollo de alternativas a los combustibles fósiles. En nuestros centros aumentamos la eficiencia energética de nuestros propios procesos productivos y minimizamos las emisiones de dióxido de carbono. Como ejemplo, utilizamos recursos renovables y la cogeneración en la central eléctrica de nuestro centro en Düsseldorf.

Nuestras actividades en todo el mundo nos han permitido reducir el consumo de la energía en un 27% en los últimos 5 años. A través de la reducción de la emisión de dióxido de carbono asociada a ello, ayudamos a proteger el clima. **i**

# Materias primas

## Nos centramos en la sostenibilidad

Durante muchos años hemos utilizado ingredientes basados en materias primas renovables para optimizar todas las características de nuestros productos, siempre que fueran compatibles con las consideraciones ecológicas, económicas y sociales.

Las materias primas renovables son ingredientes clave en la fórmula de detergentes para la ropa, geles de ducha, barras de pegamento, pegamento

para empapelar y adhesivos para el embalaje. Otros ingredientes están basados en materias primas minerales y no renovables.

Esperamos que nuestros proveedores de materias primas operen de acuerdo con nuestra ética corporativa. Nuestras compras están basadas en las directrices para la adquisición y compra de toda la Compañía.

Objetivos	Estatus
Desarrollo de ingredientes de altas prestaciones basados en materias primas renovables con el propósito de reducir la dependencia a largo plazo de ingredientes obtenidos a partir de aceites minerales.	Objetivo a largo plazo; varios proyectos de investigación, también con socios externos.

### Materias primas con futuro

Uno de los objetivos clave de nuestros procesos de investigación y desarrollo es encontrar sustitutos a los ingredientes basados en aceites minerales. Con este propósito, buscamos materias primas procedentes de recursos renovables. Las materias primas que se obtienen del almidón y la celulosa son ejemplos de alternativas interesantes tanto económica como ecológicamente. Esto es debido a que pueden obtenerse de fuentes como el maíz, las patatas, el algodón y las plantas fibrosas, y porque su uso reduce la dependencia de los aceites minerales, que constituyen una fuente cada vez más limitada y costosa. Nosotros y nuestros socios nos encaminamos cada vez más hacia alternativas a estos últimos.

### Materias primas renovables

Las materias primas renovables han sido históricamente una de las mayores fuentes de materias primas para detergentes y productos de limpieza para el hogar. El jabón -utilizado tradicionalmente para lavar la ropa y también para la higiene personal- ha sido producido durante siglos a partir de grasas y aceites animales o vegetales. Actualmente, la mayoría de detergentes y productos de limpieza para el hogar se componen de

un gran número de ingredientes, cada uno de ellos con una función especial. La mayoría de los ingredientes presentes en detergentes y en productos de limpieza para el hogar son inorgánicos y no pueden ser reemplazados por ingredientes basados en materias primas renovables. Los surfactantes constituyen un caso especial. Constan de una parte lipofílica -entidad molecular con tendencia a disolverse en solventes grasos, que se obtiene a partir de aceites vegetales o minerales, y de una parte hidrofílica -propiedad de atraer el agua, que usualmente se basa en aceites minerales o que es inorgánica. Los surfactantes que sólo consisten en materias primas renovables, como los aquil poliglucósidos (APG), son una excepción.

Para conseguir los mejores resultados en la limpieza, utilizamos una mezcla de distintos surfactantes. En más de la mitad de ellos, la parte lipofílica se compone de materias primas renovables -como resultado de la larga experiencia de Henkel con ingredientes basados en aceites renovables y en grasas como el aceite de nuez de palma, que sólo puede ser utilizado con fines industriales. La proporción de materias primas renovables en los surfactantes empleados en detergentes y productos para la limpieza del hogar es de un 35%. En el otro 65% se cuentan los ingredientes inorgánicos y obtenidos a partir de aceites minerales.



### Productos de fijación obtenidos del almidón

En el sector de cosméticos, las materias primas naturales se utilizan en todos los grupos de productos. Jabones, geles de ducha y productos para el cuidado de la piel se basan principalmente en ellos. Nuestros champús contienen cerca de un 45% de materias primas renovables (peso en seco). El uso de ingredientes obtenidos de materias primas renovables es también creciente en los productos de fijación. Por ejemplo, los sistemas espesantes derivados de aceites minerales (poliacrilatos) están siendo reemplazados por sistemas basados en el almidón y la celulosa. Las materias primas renovables constituyen una tercera parte de nuestra nueva crema de fijación para el cabello, Osis Buff.

### Adhesión natural

Las materias primas renovables como el almidón, la celulosa, las dextrinas y las proteínas son utilizadas en muchos adhesivos de consumo y profesionales y en adhesivos industriales, que ofrecen una gran variedad de aplicaciones. Por ejemplo, utilizamos materias primas renovables en los pegamentos de barra, pegamentos para empapelar y adhesivos para el embalaje. Los adhesivos para el etiquetado de botellas contienen hasta un 45%. En el año 2000 cambiamos la fórmula de nuestra barra adhesiva de Pritt a una basada en materias primas renovables, que ahora suponen un 90% de su peso en seco.

### Diálogo para la cosecha sostenible del aceite de palma.

La *Round Table for Sustainable Palm Oil (RSPO)* fue lanzada en 2004 por todos sus "stakeholders" como una

iniciativa mundial. Nosotros apoyamos el objetivo de la RSPO de desarrollar nuevas soluciones para una cosecha y un uso sostenible del aceite de palma a lo largo de toda la cadena de valor. En 2006, el tema clave del diálogo fue encontrar maneras para seguir toda la cadena de vigilancia del aceite de palma cosechado de forma sostenible, desde su plantación hasta el usuario industrial final. Henkel utiliza indirectamente, por vía de sus proveedores de materias primas, menos de un 0,2% del aceite de palma y del aceite de nuez de palma de todo el mundo como materia prima. Sin embargo, creemos que es nuestro deber contribuir, con nuestra experiencia y conocimientos, a las investigaciones que se están llevando a cabo para dar con soluciones factibles.

### Biológico y degradable

Los bioplásticos son, en muchos aspectos, más compatibles con el medio ambiente que los plásticos convencionales. Minimizan el consumo de aceites minerales, y en muchos casos son casi totalmente biodegradables si se encuentran en las condiciones idóneas para ello. En vista del aumento de los precios de los aceites minerales y de los costes de producción asociados a ellos, la aplicación de este tipo de materiales en el embalaje podría ofrecer ventajas económicas atractivas a largo plazo. Por ello y de forma regular probamos opciones para utilizar bioplásticos como materiales para el embalaje. Desafortunadamente, ninguno de ellos ha satisfecho todavía nuestras altas exigencias en los materiales de embalaje. Seguiremos desarrollando alternativas en este sector y buscaremos activamente los materiales y aplicaciones más idóneos. 

# Marcas y tecnologías

## Nos centramos en la sostenibilidad

Consumidores y clientes esperan altas prestaciones y gran utilidad, así como una seguridad total del producto y compatibilidad con el medio ambiente al adquirir nuestras marcas y tecnologías. Las marcas y tecnologías de Henkel hacen importantes contribuciones a la salud y la higiene, alargando la vida útil de los bienes de consumo y haciendo un uso eficiente de los recursos.

Los detergentes de alto rendimiento limpian los tejidos con cuidado y en profundidad, incluso lavando a bajas temperaturas. Los adhesivos y selladores protegen los edificios contra la humedad, el calor y el frío. Nuestras innovadoras soluciones para sistemas ofrecen a los clientes industriales los beneficios de protección medioambiental y un ahorro significativo en los costes de energía, agua y residuos. Los tratamientos de superficies protegen a los productos de la corrosión y prolongan su vida útil.

Los procesos globalmente aprobados y estandarizados aseguran que nuestros productos son medioambientalmente compatibles. Nuestros detergentes, limpiadores para el hogar, cosméticos y productos para el cuidado personal, que terminan en aguas residuales tras su uso, están diseñados de forma que no tengan un impacto excesivo en las aguas de la superficie terrestre. Las aguas residuales generadas durante el uso de productos químicos industriales a veces tienen que ser tratadas para eliminar agentes contaminantes antes de ser vertidas al sistema de aguas residuales.

Las innovaciones de producto y las revisiones sistemáticas de nuestro portafolio de productos ayuda a reducir la carga medioambiental asociada a la fase de uso de los mismos, e incluso van más allá para asegurar todavía más mejoras en la protección de la salud.

Objetivos	Estatus
Lanzamiento en Europa del portal en internet "TheoPrax", que proporciona información acerca del lavado de ropa, vajilla y de la limpieza a profesionales y personas interesadas del público general.	Un plan de proyecto ha sido realizado. Los sectores de negocio están trabajando en la coordinación y recopilación de contenidos.
Innovación continua centrada en lograr una mayor utilidad, mayor rendimiento y menos dosis necesaria de detergentes y productos de limpieza para el hogar.	Ver páginas 19 y 20
Reemplazamiento de adhesivos para el entarimado de suelos de parquet con un alto contenido en solventes por otras alternativas de bajas emisiones, contribuyendo así a la protección del medio ambiente y de la salud.	Dos adhesivos para el entarimado de suelos de parquet, obtenidos a partir de una innovadora base de silano –Thomsit P 685 y Thomsit P 690- han reemplazado en Alemania a casi un 30% de los adhesivos para parquet basados en solventes. Thomsit P 690 fue lanzado en otros países europeos y está progresando con éxito.
Expansión del mercado de adhesivos para baldosas muy ligeros y económicos, y transferencia de tecnologías a otras categorías de producto, contribuyendo así al uso eficiente de recursos.	Lanzamiento de un adhesivo para revestimientos que ofrece un 30% más de cobertura y un 90% menos de polvo con relación a los productos convencionales; ver páginas 21 y 22.
Eliminación de pastas de soldadura con plomo en la industria electrónica, contribuyendo así a la protección del medio ambiente.	La venta de pastas de soldadura sin plomo aumentó de un 5% en el 2004 a más de un 61% en el cuarto final de .
Eliminación de níquel en el agua de aclarado utilizada en el pretratamiento de carrocerías de coches en la industria automovilística, ayudando así a proteger el agua como recurso.	La tecnología IonGard ha sido desarrollada para eliminar posibles agentes contaminantes y para permitir la operación en circuitos cerrados de agua.
Desarrollo de adhesivos y selladores ultra puros y de larga vida útil para células de combustible, contribuyendo así al desarrollo de fuentes de energía limpias.	Se están vendiendo los primeros productos para células de combustible en coches y para aplicaciones estacionarias. Desarrollo de una nueva generación de productos con una vida útil todavía más larga.
Desarrollo de materiales compuestos innovadores y ligeros para que la industria aeronáutica reduzca el consumo de combustibles.	Los clientes potenciales siguen probando las tecnologías desarrolladas por Henkel.
Desarrollo de soluciones para sistemas a medida de tecnologías que utilizan recursos renovables, contribuyendo así al desarrollo de fuentes limpias de energía.	Los selladores para turbinas de viento y limpiadores de moho para las hélices han sido introducidos con éxito en el mercado.
<b>Nuevo objetivo:</b> Desarrollo de un proceso de recubrimiento de protección con nanocerámica como alternativa a las capas de fosfato de hierro en la industria de la automoción para finales de 2008.	Desarrollo intensivo en colaboración con socios.



### Colada sostenible en toda Europa

Conservar los recursos naturales es también el objetivo de otras iniciativas de la Internacional Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.). En el transcurso de las mismas, el rendimiento de los detergentes para la ropa de Henkel ha sido mejorado continuamente en Europa Occidental y, a la vez, se han reducido las dosis necesarias de producto y la temperatura del agua para el lavado. Desde el , Henkel ha estado implicado en el “Laundry Sustainability Project” de la A.I.S.E. en los Nuevos Estados Miembro de la UE y en los Países Candidatos, Europa Central y Europa del Este, así como en otros países vecinos, con el objetivo de contribuir a fomentar unas prácticas de lavado que conserven los recursos. El objetivo del proyecto es reducir el consumo de sustancias químicas, de embalaje y de energía durante la producción, el transporte y la fase de uso.

Como parte del “Laundry Sustainability Project”, los fabricantes participantes se comprometen a lanzar al mercado detergentes modernos y eficientes en polvo compacto, reemplazando a los de uso pesado actuales. Los nuevos y reformulados detergentes de Henkel han hecho posible reducir en un tercio (de 150 a 100 gramos) las dosis necesarias para cada ciclo de lavado en Europa Central y del Este. Para ayudar a que los consumidores se acostumbraran a las menores dosis, se incluyó un dosificador en cada paquete de detergente en polvo. Los

detergentes en polvo compacto pueden ser reconocidos por el logotipo EuroCompact en el envase. 



### Somat 7 con activador en bajas temperaturas

Nuestro innovador Somat 7 establece nuevos estándares de eficiencia y de ahorro energético en el lavado automático de la vajilla. Somat 7 ofrece a los consumidores un excelente resultado de limpieza, incluso cuando se utiliza con programas de ahorro energético y de agua. Con la ayuda de un activador para bajas temperaturas, los platos quedan impecablemente limpios a tan sólo 40° de temperatura. El nuevo activador del detergente, con encimas de lavado activos, elimina las manchas más difíciles como las de huevo o los restos de salsa, de modo que pueden ser eliminadas a tan sólo 40°. Los agentes blanqueadores eliminan completamente incluso las manchas de té. Cuando se utiliza en programas a 40°, Somat 7 puede ahorrar hasta un 20% de la energía requerida con programas similares a 50° o 55°. Esto no sólo beneficia al medio ambiente, también reduce el consumo de electricidad y, como resultado, los costes asociados a él.

No estamos solos en la persecución de estos objetivos. Desde el hemos apoyado la iniciativa “Save Energy and Water” de la Internacional Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.) con nuestros detergentes para lavavajillas.

El objetivo de esta iniciativa es persuadir a los consumidores de todos los Estados Miembros de la UE, así como Noruega, Islandia y Suiza, de la importancia de ahorrar energía y agua cuando se utiliza el lavavajillas.



Los logotipos correspondientes en los envases de detergentes para lavavajillas y la información disponible en Internet fomentan que los consumidores seleccionen programas energéticamente más eficientes. 



### Poder limpiador total con dosis más pequeñas

También hemos trabajado intensamente en la eco-eficiencia de nuestros detergentes líquidos para el lavado de ropa en los EE.UU. El detergente líquido Purex ha sido optimizado y reformulado en un nuevo concentrado que da los mismos resultados en limpieza que los detergentes líquidos convencionales con tan sólo la mitad de dosis. Como los detergentes concentrados constituyen una nueva categoría de producto en los EE.UU. la aceptación de los diferentes tamaños de embalaje fue evaluada en el mediante numerosos tests a los consumidores. Purex Ultra Concentrate será lanzado en los EE.UU. en el 2007.

El nuevo producto ayudará a ahorrar recursos y a reducir la carga medioambiental en muchos aspectos. La pequeña dosis necesaria de detergente líquido para la ropa y el menor volumen de producto resultante implica que se consuma menos agua durante la producción de detergentes. Además, necesitamos un 40% menos de material para el embalaje. Estas medidas también se han demostrado efectivas en el transporte, la distribución y el almacenamiento ya que se tienen que hacer menos viajes, ahorrando hasta 6,5 millones de litros de carburante diesel al año, equivalentes a unas 17.000 toneladas de emisiones de dióxido de carbono.

Los minoristas pueden utilizar el espacio de estantes y almacenes más eficientemente. Finalmente, los consumidores se benefician también del menor tamaño de la botella de Purex Ultra Concentrate ya que es más fácil de transportar, manipular y almacenar.

### Blanco radiante

Un factor clave de Henkel en todo el mundo es la adaptación de sus productos a los deseos y necesidades específicos de los consumidores a nivel local. En muchos países del norte de África, por ejemplo, es tradicional vestir prendas blancas de modo que los consumidores pueden juzgar de forma muy crítica la blancura de la ropa recién lavada.

Para satisfacer esta demanda, los detergentes para ropa Nadhif en Túnez e Isis en Algeria contienen ingredientes especiales para dar a la ropa de la colada una apariencia y una blancura inigualables. Cuando las prendas son tendidas al sol para que se sequen, los ingredientes de Nadhif e Isis continúan haciendo su trabajo, combatiendo las manchas y aumentando la blancura. Como resultado, la ropa no queda sólo radiantemente blanca sino que no necesita ser lavada tan frecuentemente, conservando así un agua muy valiosa.

En México, donde la colada a menudo se deja a secar bajo el sol, estos ingredientes han sido incluidos con éxito en la marca de detergentes 1-2-3.

### Jabón Fa Espuma Suave

La compatibilidad de la piel y su cuidado son imprescindibles en los jabones. Las fórmulas con el mismo pH que la piel, que no resecan las manos, son las preferidas por los consumidores. Una limpieza suave y cuidadosa es posible gracias a la nueva fórmula de cuidado y el innovador método dispensador del Jabón Espuma Suave de Fa. Un dosificador especialmente diseñado para Henkel, genera una espuma suave y cremosa en el momento en que el jabón sale



de su envase, con numerosos beneficios: reduce la cantidad de agua y de producto necesarios para lavarse las manos, dado que no es necesario el uso de agua para producir espuma. Además, la espuma obtiene el mismo resultado en cuanto a higiene que los jabones líquidos convencionales, pero con una proporción menor de sustancias activas para la limpieza (surfactantes). Esto hace de Fa Espuma Suave un jabón especialmente suave y compatible con la piel. Su fórmula baja en surfactantes es también especialmente óptima desde un punto de vista ecológico.

### Cuidado intensivo del cabello

Durante años Henkel ha utilizado ingredientes renovables en sus productos. Las sustancias naturales de cuidado para el cabello, por ejemplo, ayudan a regular su hidratación. Schauma ha tenido éxito al incorporar, por primera vez, un ingrediente que era previamente utilizado para el cuidado de la piel en dos nuevas líneas de producto para el cuidado de los cabellos,

► La nueva línea de productos para el cuidado Schauma Yoghurt y Aloe Vera utiliza ingredientes naturales para proteger el cabello que se está resecaando. Incluso si no es visible a simple vista, el cabello sano contiene cerca de un 30% de agua. Las propiedades hidratantes del yoghurt y de la aloe vera son ampliamente conocidas, sus vitaminas reestructurantes regeneran y fortalecen el cabello.

► Las fórmulas de Schauma Repair con extractos de manteca de karité y de coco también utilizan ingredientes naturales activos. El alto contenido en lípidos esenciales para el cuidado del cabello y de vitaminas procedentes de la manteca de karité, la convierten en



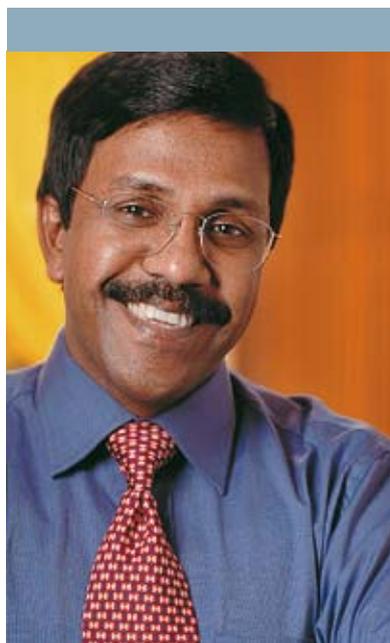
un ingrediente muy apropiado para los productos de cosmética para el cabello. La efectiva combinación de extractos de manteca de karité y de coco repara el cabello dañado desde el interior y suaviza la superficie simultáneamente, haciendo que el pelo sea más fácil de peinar.

### No más polvo

Cuando los profesionales y los aficionados al bricolaje (DIY “do-it-yourself”) abrían, vertían y mezclaban adhesivos para revestimientos, a menudo se encontraban rodeados por una nube de polvo de cemento. A veces, esto originaba un molesto tosido, irritaciones de la piel y polvo en los ojos.

En el reciente desarrollo del adhesivo Ceresit microgranular “Highly Flexible”, las partículas de polvo están pegadas en finos micro-gránulos.

Esto significa hasta un 90% menos de polvo comparado con los adhesivos para revestimientos convencionales. Esto no sólo respeta la salud del usuario; también redundará en una menor cantidad de polvo en el entorno de trabajo y en las áreas colindantes.



*“Henkel debe buscar proactivamente el modo de crear nuevas ventajas competitivas con una nueva clase de productos y servicios que potencien, mejoren y aumenten las posibilidades de acceso a la calidad de vida para los clientes de Henkel que viven en las naciones económicamente menos desarrolladas del mundo”*

**Prof. Dr. P.D. Jose,**  
Corporate Strategy and Policy Area,  
Indian Institute of Management  
Bangalore, India,  
www.iimb.ernet.in



Otra ventaja es el 30% más de cobertura que se obtiene por kilo de adhesivo. 18 kilogramos de Ceresit “Highly Flexible” pueden cubrir un área que con otro producto precisaría 25 kilogramos. Además, el esfuerzo necesario para aplicar el nuevo adhesivo para revestimientos es mucho menor.

### Gran fuerza – sin solventes

En el mercado de la construcción de los EE.UU., las regulaciones cada vez más estrictas restringen el uso de solventes en materiales para la construcción. Un número creciente de consumidores está reclamando un mayor uso de materiales respetuosos con el medio ambiente y que no conlleven un riesgo para la salud en el sector de la construcción de viviendas. Hasta ahora, sin embargo, la industria se ha enfrentado al inconveniente de que los adhesivos sin solventes para el montaje y la construcción no satisfacen los requisitos y exigencias del mercado. Henkel ha establecido el primer adhesivo de montaje de alto rendimiento basado en agua del mercado norteamericano. La adhesión instantánea de Loctite PowerGrab es, además, nueve veces superior que la de los adhesivos de montaje convencionales. El nuevo adhesivo sin olor también puede ser lavado con agua. Tomando la venta de unidades en el mercado como referencia, el uso de Loctite PowerGrab en lugar de los adhesivos de montaje convencionales basados en solventes, redujo en 430 toneladas el nivel de emisiones emitidos en los trabajos de construcción en el 2006.



En el centro de formación de Ceresit en Staporków, Polonia, los profesionales aprenden las técnicas más óptimas para la aplicación de productos.

### Formación para profesionales en Europa Central y del Este

Para nuestros especialistas en materiales para la construcción, la calidad no termina con el desarrollo y la venta de productos de altas prestaciones. Henkel también quiere ayudar a los profesionales a utilizar estos productos de la forma más efectiva posible. En muchos países, todavía no existe un sistema uniforme para formar a los profesionales, de modo que a menudo hay déficits en sus conocimientos técnicos. Por ello ofrecemos cursos de formación en todo el mundo. En Europa Central y del Este, por ejemplo, estamos construyendo centros avanzados de formación profesional para los profesionales de toda la región. En Ucrania y en Rusia, Henkel Ceresit ya ha establecido más de 27 Centros de Ingeniería Tecnológica. Otros 30 más serán creados antes de finalizar el 2007. En los centros, los profesionales aprenden a utilizar los productos Ceresit para la construcción de la forma más eficiente posible, especialmente al instalar sistemas de aislamiento del calor en fachadas. En cooperación con el Ministerio de Educación de Ucrania, los profesionales de la construcción de Henkel también están ayudando a formar a la próxima generación de profesionales en escuelas estatales de enseñanza técnica. Paso a paso, así, se están estableciendo nuevos estándares de calidad. Debido a la estrecha cooperación entre Ceresit y los profesionales y expertos de la construcción, concedemos una gran importancia al diálogo abierto. La opinión experta y fundamentada de los usuarios nos ayuda a mejorar nuestros productos todavía más y es una fuente de nuevas ideas.



### Ahorrando energía en el hogar



Como media, casi un 22% del calor del hogar se pierde a través de puertas y ventanas. A menudo

esto sucede debido a juntas mal selladas y a conexiones a la mampostería contigua. En contraste, las ventanas y puertas bien aisladas mantienen el calor dentro de las habitaciones durante más tiempo, ayudando así a reducir el consumo de energía y los costes asociados a él. Con la Windows Technology Quality System (WINTeQ System) hemos desarrollado una amplia gama de productos bajo la marca Teroson para sellar las juntas de puertas y ventanas de madera, plástico y metal. Estos productos ayudan a reducir considerablemente las pérdidas energéticas en el hogar. Como propuesta completa para prevenir las pérdidas de calor, WINTeQ proporciona soluciones individuales modulares a cada problema. Además a las espumas y selladores flexibles para el aislamiento de juntas y cavidades, ofrece tiras selladoras de espuma comprimida y películas selladoras permeables al vapor para las ventanas exteriores, así como para el interior. Los puentes de calor y las corrientes de aire se evitan de forma eficiente, y simultáneamente los edificios se protegen contra la humedad y el moho. El calor que escapa a través de puertas y ventanas, sea en edificios viejos o nuevos, es reducido al mínimo. WINTeQ ayuda a los profesionales y a los expertos de la construcción en Alemania, por ejemplo, a satisfacer los exigentes requisitos de la Energy Saving Ordinance. En el sistema fue

lanzado también en los EE.UU. Con la ayuda de productos adaptados a los métodos de construcción de América del Norte, WINTeQ ayudará a reducir el consumo de energía y, así, la emisión de gases de efecto invernadero en la región.

### Vapores reducidos al mínimo

Los libros, las chapas de los armarios de cocina, las esponjas para lavar la vajilla y los accesorios de las casas, se mantienen unidos gracias al poliuretano reactivo termofusible. Estos adhesivos ofrecen múltiples ventajas ya que no contienen solventes, actúan rápidamente, forman enlaces muy fuertes y son resistentes al calor. No obstante, tienen un inconveniente: los vapores que escapan cuando son utilizados pueden suponer un riesgo para la salud si no se toman las medidas de protección especificadas. Para mejorar la salud y la seguridad laboral cuando se utilizan termofusibles, hemos creado una alternativa. El nuevo Purmelt MicroEmission reduce al mínimo las emisiones de vapor que se producen durante el proceso. Comparado con los termofusibles de poliuretano convencionales, Purmelt MicroEmission 90 deja escapar un 90% menos de vapor, y por lo tanto no debe ser etiquetado como peligroso o dañino.

Así, Purmelt MicroEmission hace una gran contribución a la mejora de la salud y la seguridad laboral en las plantas de producción donde se procesan adhesivos. Esto se confirma por los fondos de compensación a los trabajadores y otras entidades independientes como el Fraunhofer Institute for Manufacturing and Advanced Materials.



En diciembre del 2006, Henkel Italia fue galardonado con el Federchimica Product Stewardship Award en la categoría de “grandes empresas” por su tecnología Cleanox LF. La nueva tecnología reduce significativamente la cantidad de sustancias peligrosas utilizadas en procesos industriales de decapado para el acero inoxidable. Éste mejora enormemente la seguridad laboral y establece nuevos estándares para la salud, la seguridad y el medio ambiente en la industria del acero.

### Gestión de químicos

La transición de modelos de negocio orientados al producto a los orientados al servicio está ganando importancia en Henkel. Experiencia, servicio y conocimiento técnico complementan, cada vez más, la venta de los bienes de consumo. Un ejemplo es el concepto de Gestión de Químicos de Henkel en los EE.UU. Por encima de la venta de nuestros productos, ofrecemos a los consumidores un sistema integrado que cubre todos los aspectos de la producción relacionados con el uso de productos químicos. Un equipo de 115 expertos de Henkel en Nashville, Tennessee, da apoyo a los clientes teniendo en cuenta la elección, el procesado y la eliminación de sustancias químicas. 80 de ellos funcionan como consultores directos que proporcionan una asistencia in-situ a las compañías de toda la nación.

La experiencia profesional y técnica de Henkel en el tratamiento de productos químicos ayuda a los clientes a mejorar sus procesos, reducir costes y proteger el medio ambiente.

Como ejemplo, Henkel ha introducido nuevos controles de calidad en los centros de algunos clientes, que ayudan a reducir el consumo de recursos y los márgenes de error durante la producción. Los programas son diseñados e implementados conjuntamente para asegurar la correcta eliminación de los productos químicos y el cumplimiento de las regulaciones medioambientales.



### Preservando valores con Loctite

Las plantas productivas y la maquinaria suponen una fuerte inversión económica. Los periodos de baja producción debidos a mal funciones o a otras anomalías a menudo conllevan consecuencias costosas. La conservación a largo plazo del equipamiento de producción es de gran importancia. Los productos Loctite realizan una importante contribución al mantenimiento del equipamiento en buenas condiciones y a evitar riesgos.

En el caso de una compañía de acero de los EE.UU., los productos de Loctite le ayudaron a acortar considerablemente la baja producción provocada por una bomba industrial y a reducir costes. Durante una inspección rutinaria la compañía encontró signos evidentes de desgaste en la superficie de la bomba de una torre de enfriamiento. El tiempo calculado para la reparación y el mantenimiento correctivo habría sido de cinco semanas. Con la ayuda de Loctite, sin embargo, los daños fueron reparados en pocas horas. Primero, se eliminó la suciedad de la carcasa de la bomba con Loctite Cleaner & Degreaser. Después se aplicó Loctite Fixmaster Superior Metal para compensar las irregularidades causadas por la abrasión. Finalmente, se aplicó el recubrimiento cerámico Loctite Nordbak a la carcasa de la bomba para crear una superficie con poca fricción y para proteger la bomba de futuras abrasiones.



### Protección limpia y eficiente contra la corrosión

En cercana cooperación con otros socios y con la industria de la automoción, Henkel está desarrollando una alternativa al fosfato de zinc, que durante décadas ha sido el método estándar para inhibir la corrosión de las chapas de metal utilizadas en las carrocerías de coches y proporcionando un sustrato adecuado a los recubrimientos de superficies.

Con Bonderite NT hemos establecido ya una alternativa superior en calidad, y también ecológica y económicamente al fosfato de hierro. El método de recubrimiento de nanocerámica es utilizado, por ejemplo, en la producción de neveras, mobiliario de oficina, estantes de supermercados y maquinaria agrícola.

El objetivo es satisfacer los requisitos extremadamente exigentes de las carrocerías de coches y del nuevo método que será utilizado en las primeras cadenas de producción de coches en dos años. La nueva tecnología ofrece la mejor protección posible contra la corrosión. En comparación con el fosfato de zinc, el nuevo método debería también reducir significativamente el consumo de energía y reduciendo drásticamente la cantidad de metales pesados- el coste del tratamiento y de la eliminación de aguas residuales.



### Protegiendo el producto y evitando deshechos

El embalaje de los productos de marcas dirigidas a los consumidores se convierte en un residuo más tras su uso. Por ello seguimos tres principios en toda la Compañía: prevención, reducción y reciclaje. Trabajamos estrechamente con nuestros proveedores y clientes para reducir el volumen de material de embalaje en todas las fases. Nuestros clientes industriales disponen de sistemas de embalaje retornable mediante contenedores reutilizables de transporte y embalaje secundario, por ejemplo. El embalaje de transporte está diseñado de forma que los palés y contenedores pueden ser empaquetados lo más eficientemente posible en términos de volumen y peso. Además, el diseño inteligente del embalaje reduce el volumen de residuos de embalaje para los consumidores. Los encargados del desarrollo del embalaje se esfuerzan continuamente por usar menos material sin comprometer su calidad ni estabilidad. Incluso los pasos pequeños pueden obtener grandes resultados en este caso. En los EE.UU., la mayoría de las cajas plegables utilizadas para empaquetar las barras de jabón Dial fueron reemplazadas por envoltorios de papel en el 2006. En Alemania, por ejemplo, también hemos sido capaces de reducir a la mitad el volumen de material utilizado para el embalaje desde los años 80. También trabajamos para aumentar progresivamente la proporción de embalaje que puede ser reciclado. Utilizamos materiales para los que existen sistemas de reciclaje público, para que nuestros clientes puedan reciclar el embalaje más fácilmente.

# Producción y logística

## Nos centramos en la sostenibilidad

Henkel tiene centros de producción en 52 países. Mejorando las plantas existentes, los procesos y estructuras y desarrollando otros nuevos, aumentamos continuamente la seguridad y la eficiencia de estos centros mientras reducimos el consumo de recursos y su impacto en el medio ambiente. También fomentamos el desarrollo de nuestros empleados. Los programas de simulación por ordenador ayudan a la configuración y al control eficiente de cada planta y de las amplias estructuras de producción y logística. Adicionalmente, contribuimos a los progresos técnicos y sociales a través de la transferencia de conocimientos y tecnologías entre los centros de todo el mundo.

Para asegurar la implementación en toda la Compañía de nuestros estándares de seguridad, salud y medio ambiente (estándares SHE) llevamos a cabo auditorías regulares en todos nuestros centros de producción. En , el programa de auditoría interna cubrió 22 centros en todo el mundo, con especial énfasis

en India y China. Durante los últimos tres años ha habido una mejora significativa en los resultados de las auditorías. Los auditores encontraron un mayor nivel del cumplimiento de los estándares SHE en los centros, y concluyeron que no se requería una acción urgente en ninguno de los auditados. Por primera vez, pedimos a todos los centros de producción que realizaran una auto evaluación adicional pensando en la seguridad, la protección medioambiental y la salud laboral. El índice de respuesta fue de más del 98%. Para conseguir mejoras continuas, definimos objetivos ambiciosos y medidas obligatorias a todos los niveles en base a los resultados de las auditorías. Además, nuestros sistemas de gestión están certificados por empresas y entidades externas, si esto redundaría en ventajas competitivas. A finales del , cerca de un 55% del volumen de producción procedió de centros con la certificación de gestión medioambiental ISO 14001.

Objetivos	Estatus
Conservación de los recursos y protección medioambiental a través de la implementación de las últimas tecnologías de producción.	Objetivo permanente: Ver ejemplos en las páginas 26 a 31.
Certificación en todo el mundo de los sistemas de gestión medioambiental de acuerdo con los estándares internacionales en el sector de negocio de Detergentes y Cuidado del Hogar.	22 centros certificados en Europa, América del Sur y Asia; otros centros en preparación para la certificación.
Certificación en todo el mundo de los sistemas de gestión medioambiental de acuerdo con los estándares internacionales en el sector de negocio de Technologies.	66 centros de producción certificados en todo el mundo; otros centros en preparación para la certificación.
Certificación en todo el mundo de los sistemas de gestión medioambiental de acuerdo con los estándares internacionales en el sector de negocio de Adhesivos de Consumo y Profesionales.	15 centros de producción certificados en todo el mundo; otros centros en preparación para la certificación.

### Estructuras de logística y de producción más eficientes en Europa

A través del crecimiento orgánico de la Compañía y de sus adquisiciones, las estructuras de producción del sector de negocio de Adhesivos de Consumo y Profesionales en Europa se ha vuelto considerablemente complejo. En el pasado, el énfasis se ponía en medidas orientadas a la mejora de la eficiencia

de los centros de producción individuales en lugar del sistema como conjunto. Hemos analizado la producción de selladores y de adhesivos de montaje en toda Europa con el propósito de reducir la complejidad de su adquisición, producción y distribución.

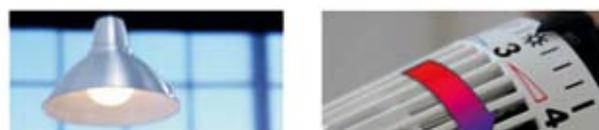
Con la ayuda de un programa de simulación por ordenador hemos optimizado todo el sistema de

proveedores, productos, embalaje, centros de producción, almacenaje y logística. Los centros forman ahora una red de producción. Organizando los centros de producción como centros de competencia, hemos aumentado significativamente nuestra competitividad sobre la base de la proximidad del mercado, el conocimiento y los grupos de productos. En Hannover, por ejemplo, producimos selladores para juntas. Ahora transportamos estos compuestos en camiones cisterna en lugar de en bidones de acero desechables. Con ello ahorramos unos 160.000 euros en materias primas cada año. Además, se generan menos residuos de agua y los costes de limpieza son menores. La introducción de estos camiones cisterna de transporte en los centros de España y del Reino Unido está planificada para 2007. 

### Gran Bretaña: Integración de un centro recién adquirido

En el centro de Henkel en Newark, en Gran Bretaña, 55 empleados producen adhesivos termofusibles y de base acuosa para Gran Bretaña e Irlanda. La Compañía adquirió el centro en 2005. Antes de dicha adquisición, nuestros expertos condujeron un estudio del centro y elaboraron un plan para minimizar los riesgos para la seguridad, la salud y el medio ambiente. Tras ello, iniciamos un extenso programa de modernización. Gracias al excelente grupo de trabajo compuesto por los cargos directivos locales, regionales y corporativos, junto con la utilización eficiente de los resultados de la sinergia, pronto se evidenció el éxito de la iniciativa -confirmado por auditorías externas e internas. La optimización de los sistemas de mantenimiento, por ejemplo, redundó en un aumento de la eficiencia operativa. La comunicación con las autoridades locales también se consideró optimizada. En 2006 no hubo accidentes laborales que tuvieran como consecuencia días de baja laboral. Además, el centro obtuvo la certificación de los estándares de higiene industrial BRC/IOP y se inició un proceso para obtener la certificación del sistema de gestión de la salud y la seguridad laboral.

Sé proactivo, ahorra energía



Ahorrando energía: Con la ayuda de los empleados del centro de Düsseldorf, el consumo de energía debe ser reducido en un 10% en el 2007. Se ha lanzado una campaña bajo el slogan “Light out, heat down” (Luces fuera, calefacción baja) y se han colgado pósters en las entradas de todos los edificios.

### En todo el mundo: Contribuciones a la eficiencia energética y a la protección del clima.

A lo largo de los años, Henkel ha desarrollado e implementado medidas efectivas para el ahorro energético. En el periodo de 2002 a 2006 fuimos capaces de reducir el consumo de energía por tonelada de producto en un 27% y las emisiones de dióxido de carbono asociadas a él en un 21%. El equipo de gestión de la energía en Düsseldorf invitó a especialistas de otros centros de Alemania a una cumbre sobre la energía con el objetivo de buscar conjuntamente otras vías para la reducción de los costes y del consumo de energía. Algunos ejemplos de proyectos con éxito están descritos a continuación:

#### ► Alemania, Düsseldorf: Producción eficiente de Liofol.

Desde 2002 hemos sido capaces de reducir a menos de la mitad los costes de energía por la producción de una tonelada de adhesivos modificando las plantas, utilizando torres de enfriamiento de agua en lugar de plantas de refrigeración, e introduciendo otras muchas medidas.

Karaikal, India



Una nueva planta de tratamiento para las aguas residuales y la optimización de la planta de producción de detergentes para la ropa (foto) han hecho posible reducir las emisiones de dióxido de carbono en un 25% y el consumo de agua en un 8%. Henkel hace así una contribución ejemplar al desarrollo sostenible en India.

► **Austria, Viena: Generación más eficiente de aire comprimido.**

Utilizando el calor de desperdicio y un sistema de control de aire comprimido con consumo optimizado, hemos reducido con éxito las emisiones de dióxido de carbono en 574 toneladas métricas. El ahorro anual es de 327.000 euros

► **India, Karaikal: Reducción del consumo de energía**

Uno de las plataformas de la producción de detergentes en polvo donde se produce mayor gasto energético es la torre de secado por spray. Por ello utilizamos una proporción muy baja de materias primas secadas por spray en nuestros detergentes. En el centro de Karaikal en India, hemos reducido el consumo de gas y las emisiones de dióxido de carbono asociadas a ello en un 25% por cada tonelada métrica de producto.

► **Hungría, Körösladány: Generación más eficiente de vapor.**

Renovando los sistemas de generación de agua y de vapor hemos sido capaces de reducir las emisiones de dióxido de carbono que derivada de ello en un 15%. Además, logramos un ahorro de alrededor de 100.000 euros por año modernizando la infraestructura y optimizando el sistema de calentamiento del edificio.

**India: ahorrando agua**

En el centro de Karaikal, en India, producimos detergentes lavavajillas, limpia cristales y detergentes para la ropa cuyos procesos de fabricación y fórmulas precisan de grandes cantidades de agua. Para ahorrar agua hemos modificado dos procesos en el centro. El primero, los restos sólidos en las aguas residuales procedentes de los procesos de producción son ahora separados y desecados mediante un nuevo sistema de filtración. El agua recuperada y procesada es entonces devuelta al proceso de producción. El segundo lugar, una nueva planta de tratamiento ha sido instalada para reducir la sobrecarga orgánica en las aguas residuales procedentes de las instalaciones de los servicios sanitarios. Las aguas residuales tratadas pueden ser utilizadas en lugar de usar agua de pozo para la torre de enfriamiento y para regar. La cantidad de ahorro anual es de un ocho por ciento.

**Irlanda: Ahorro y control de la energía**

En el centro de Tallaght cerca de Dublín, 395 empleados producen adhesivos instantáneos y selladores de alto rendimiento, entre otros productos. Para identificar las oportunidades potenciales de ahorro energético, Henkel Irlanda condujo una exhaustiva auditoría de energía.

Con la ayuda de un sistema de control, fuimos capaces de identificar las principales fuentes de consumo de energía y las causas originarias del alto consumo. Tras ello iniciamos un plan de gestión de la energía basado en los resultados obtenidos. Logramos un notable ahorro a través de distintas medidas, como la optimización del sistema de calentamiento del agua y la eliminación de goteos en el sistema de aire comprimido. La puesta en marcha de numerosos programas de formación y de comunicación aumentó la conciencia de los empleados sobre el ahorro energético. Como resultado, redujimos el consumo total de energía en un 12% a pesar del incremento del volumen de producción. Esto se traduce en unos ahorros anuales de cerca de 97.000 euros. Otros centros en Irlanda seguirán el ejemplo de Tallaght y se están preparando para una auditoría de energía

en 2007.

### Más lógica en la logística

Con nuestro proyecto *Optimization of Transport and Warehouses (OTTAWA)* queremos reducir la complejidad del transporte y almacenamiento de los productos acabados de Henkel, de modo que podamos estar seguros de que siempre llegan al cliente a través de la ruta más eficiente. La adquisición coordinada y centralizada de los servicios de logística, así como la mayor consolidación posible de los almacenes para detergentes y cosméticos, debería ayudar a alcanzar más resultados sinérgicos.

### Alianzas de transporte

El transporte inteligente funciona mejor en redes y con socios. Por ello preferimos trabajar con compañías de transporte que ya cooperan con otras compañías de transporte. También aprovechamos las oportunidades para transportar nuestros productos junto con otros proveedores de productos similares, ya que los consignatarios a menudo son los mismos. En Alemania, por ejemplo, gestionamos la distribución de nuestros productos cosméticos en cooperación con otros fabricantes líderes de bienes de consumo.

También en Francia hemos consolidado nuestra logística de distribución a minoristas con la de otros dos fabricantes de bienes de consumo. Como resultado, la utilización de la capacidad de los camiones es ahora del 100% en lugar del habitual 75%. El número de camiones necesarios y el número de kilómetros recorridos por el transporte disminuirá en un 20% como resultado.

### Fusión de almacenes

El sector de negocio de Detergentes y Cuidado del Hogar se propone organizar su cadena de suministro todavía más eficientemente en el futuro y lograr mayores ahorros en los costes de almacenamiento. A principios de 2008 la logística de la cadena de suministro entre la producción y el almacenamiento será simplifica-

da fusionando nuestros ocho almacenes en Alemania para crear tres más grandes en Düsseldorf, Genthin y otro en el sur de Alemania. Los almacenes regionales serán suministrados principalmente por tren.

En Austria también ha sido establecido un nuevo almacén central en la planta de producción de Viena. Desde allí, suministramos detergentes para ropa y lavavajillas directamente a los clientes de la República Checa, Eslovaquia y Eslovenia, así como detergentes, productos de limpieza para el hogar y cosméticos para los clientes de Austria.

Entregando nuestros productos desde un almacén central, en lugar de los almacenes nacionales, reducimos el kilometraje anual de camiones en unos 200.000 kilómetros. Ello equivale a unos 70.000 litros de carburante diesel al año.

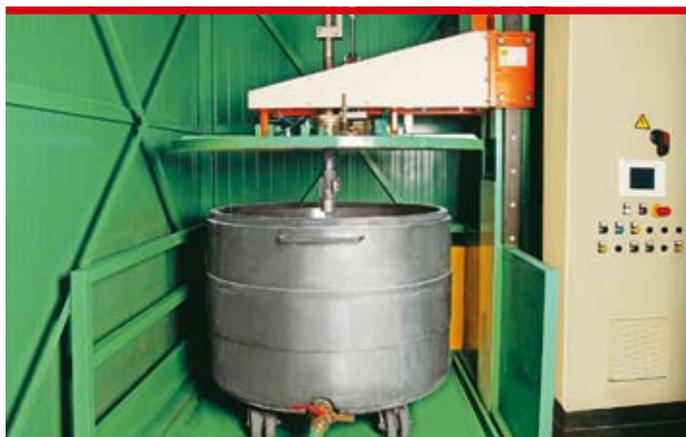
### Alemania: menos acero

En Heidelberg, Henkel produce principalmente adhesivos y selladores, productos anticorrosivos y adhesivos con poliuretanos con un alto índice de viscosidad. Estos productos habitualmente son almacenados en bidones de acero antes de ser transferidos a cartuchos con la ayuda de una prensa hidráulica. Debido a que un émbolo hidráulico prensaba a alta presión dentro de los bidones de acero, éstos se dilataban unos pocos milímetros, volviéndolos inservibles para otros usos. Los bidones estaban envueltos por una funda atada con un estribo de abrazadera. La abrazadera, no obstante, no era lo suficientemente fuerte como para evitar que el bi-



*“La lucha contra el cambio climático experimentará una creciente importancia en las próximas décadas. Las tendencias positivas hacia la protección medioambiental debería ser asegurada introduciendo prácticas avanzadas de gestión medioambiental”.*

**Dr. Mikhail Kozeltsev,**  
 Director Ejecutivo del *Russian Regional Environmental Center (RREC)*, Moscú, Rusia  
[www.rusrec.ru](http://www.rusrec.ru)



Los tanques mezcladores en el centro de producción de Cerano ahora se limpian empleando agua a alta presión en lugar de solventes

dón fuera deformado debido a la presión.

Los bidones son ahora asegurados en su funda mediante enormes estribos de abrazadera que no dejan ninguna holgura, de modo que los bidones pueden ser reutilizados hasta seis veces. Esto nos ahorra unos 6.500 bidones al año, correspondientes a 120 toneladas de acero. Y desde que menos bidones tienen que ser desechados, los costes de eliminación son también menores.

### Italia: Limpieza eficiente de tanques

El centro de producción de Cerano, Italia, suministra adhesivos y selladores exclusivamente a los centros de Henkel para todo tipo de procesos. La limpieza es especialmente importante en la fabricación de productos de silicona, ya que a menudo queda una fina capa de silicona en las paredes de los tanques mezcladores tras ser vaciados. Para asegurar que el próximo lote de producción no fuera contaminado, los empleados tenían la laboriosa tarea de limpiar el tanque manualmente con cepillos y solventes.

Desde principios de 2006, el proceso completo de limpieza ha sido realizado automáticamente. Los solventes ya no se utilizan, y los tanques se limpian en menos de 25 minutos utilizando agua a alta presión. Los residuos de agua y de silicona se extraen continuamente del fondo del tanque y son conducidos a otro tanque a través de un filtro. Las aguas residuales filtradas pueden ser utilizadas de

nuevo varias veces antes de ser desechadas. Todos los residuos son ahora eliminados sin la ayuda de solventes, el proceso de limpieza es más rápido, la sobrecarga en el medio ambiente ha sido reducida y se garantiza un mayor nivel de seguridad y salud.

### Europa: Venta en lugar de eliminación

Ya sean materias primas o embalaje, productos acabados o equipamiento, Henkel envía todos los stocks sobrantes, a los que no puede dar uso, a un mercado virtual de excedentes, donde éstos son vendidos a partes externas interesadas. La gama de ítems va de materias primas a productos intermedios y maquinaria de producción que ya no es necesaria. Esto nos ahorra costes de almacenamiento y de eliminación, y el dinero ganado cubre parte de los costes de adquisición y producción de los stocks sobrantes. Al devolver materiales excedentes al ciclo de materiales recuperables, Henkel contribuye significativamente a evitar la producción de residuos y a conservar los recursos.

### EE.UU.: Soluciones inteligentes – reciclaje de solventes

Desde diciembre de 2006, las emisiones de compuestos orgánicos volátiles (COV) en los EE.UU. han sido sustancialmente limitadas por la nueva regulación de la *Environmental Protection Agency (EPA)*. Esta regulación, que exige a todas las compañías en los EE.UU. a reducir las emisiones no tratadas de COV en al menos un 75%, afecta directamente a los centros de Henkel en Buffalo, Nueva York, Carol Stream, Illinois y Mentor, Ohio.

Un equipo internacional, trabajando en estrecha cooperación con las autoridades reguladoras, no sólo tuvo éxito al cumplir a tiempo las regulaciones sino que alcanzó una reducción del 90% en estas emisiones. En lugar de utilizar la opción de eliminar los vapores de los solventes, que implica un gran consumo energético, instalamos un sistema condensador bifásico que devuelve los vapores al proceso de producción. Esto nos permite conservar recursos y también ahorrar costes.

Países con centros de producción



Descripción detallada de los centros en Internet 

**Francia: contaminación del agua causada por un incidente operativo**

Nemours, Francia: El 12 de noviembre de 2006, el suavizante para tejidos fue a parar a un arroyo cercano junto con agua de lluvia y causó un aumento del nivel de sustancias orgánicas presentes en el caudal del río. Henkel reaccionó inmediatamente, y el agua contaminada fue extraída y sometida a tratamiento.

Este incidente operativo ocurrió mientras se efectuaban las tareas de mantenimiento rutinarias en las tuberías y válvulas del exterior del centro antes de la llegada del invierno, para protegerlas contra los daños ocasionados por el frío. Antes de que la operación de mantenimiento se llevara a

cabo, una bomba con goteos había permitido la fuga del suavizante de ropa a la cuenca de retención del tanque exterior del suavizante para la ropa, sin que fuera advertido. Durante el trabajo de mantenimiento la válvula automática de la cuenca de retención fue abierta accidentalmente, de modo que el suavizante fue a parar a la cuenca de recogida de agua de lluvia del centro, y desde ella fue vertido al arroyo automáticamente.

A mediados de 2007, un sistema de control automático será instalado para comprobar el agua de lluvia antes de ser vertida al arroyo. Hasta entonces, el tanque de retención está siendo sometido a controles visuales regulares. La válvula automática ha sido reemplazada por una bomba.

# Indicadores medioambientales de los centros de producción

## Transparencia

En toda la Compañía utilizamos indicadores para identificar las mejoras potenciales, conducir las acciones y hacer un seguimiento de la consecución de objetivos. También son importantes como medios de información concisa y transparente acerca de nuestra actuación y progreso de cara al público. Están basados en los indicadores medioambientales del *European Chemical Industry Council*.

En el Informe de Sostenibilidad de 2006, Henkel se centra más en la publicación de indicadores esenciales y globalmente relevantes. Las emisiones de óxidos de nitrógeno y de polvo, y el consumo de hidrocarburos clorados son menos relevantes para nosotros que las variables globales de control y, por ello, sólo los publicamos en Internet. 

En Internet, el índice GRI también se refiere a los elementos e indicadores informativos de la *Global Reporting Initiative (GRI)*. 

## ► Una imagen mundial

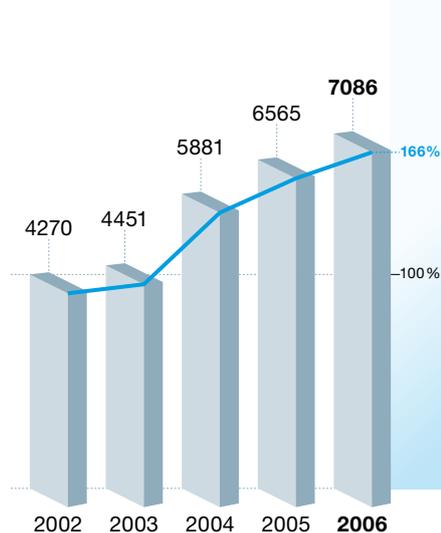
Los datos relacionados con la producción fueron decididos en 162 centros de Henkel en 52 países. Estos centros fueron seleccionados en base a los criterios que incluyen sus volúmenes de producción, cantidades y tipos de emisiones, y los recursos consumidos. En ellos se fabrica más del 95% de la producción mundial de la Compañía.

## ► Una base comparable

Henkel está creciendo, así como el número de centros que aportan datos a los indicadores medioambientales –de 117 en 2002 a 162 en 2006. Como el crecimiento no se da a un ritmo constante, hay saltos en las estadísticas. Para simplificar la interpretación de las estadísticas, los gráficos también muestran el progreso de los indicadores como un índice relacionado con el volumen de producción (por tonelada de producto). La base para las curvas de estos índices es el año 2002 (= 100%).

### Volumen de producción

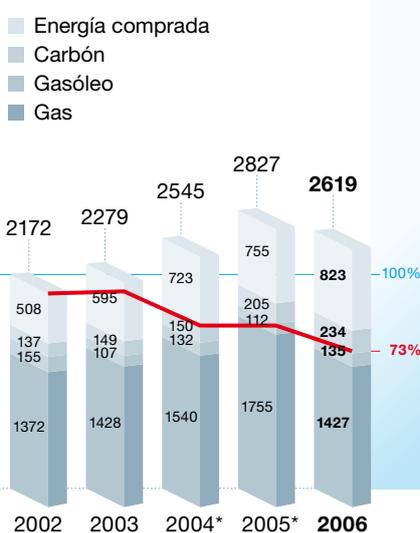
En miles de toneladas



El volumen de producción aumentó en un 20% en el 2004 como resultado de adquisiciones, particularmente de Dial y Sovereign Specialty Chemicals.

### Consumo de energía

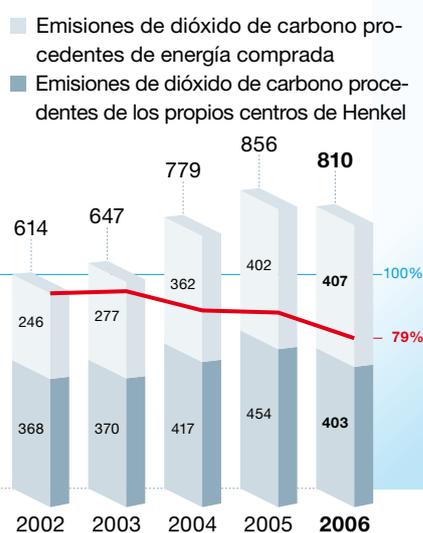
En miles de megavatios por hora



La energía comprada son la electricidad, vapor y telecalentamiento generados fuera de los centros.

### Emisiones de dióxido de carbono

En miles de toneladas

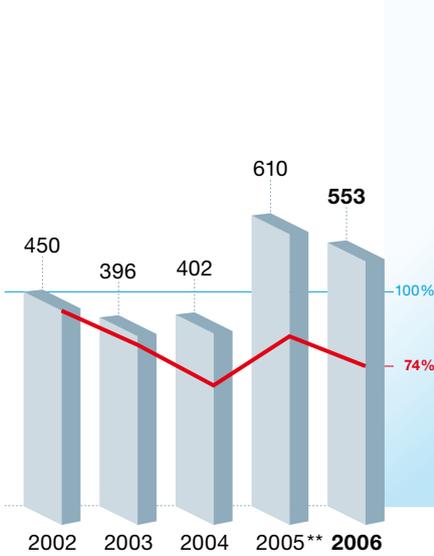


La generación de energía es el origen de casi todo el dióxido de carbono emitido como resultado de las actividades de Henkel. Los valores dados incluyen el dióxido de carbono formado durante la generación de energía comprada en centros que no son de Henkel.

 100% La curva del índice en los gráficos muestra el progreso de los indicadores relativo al volumen de producción (por tonelada de producto). La base para la curva del índice es el año 2002 (=100%).

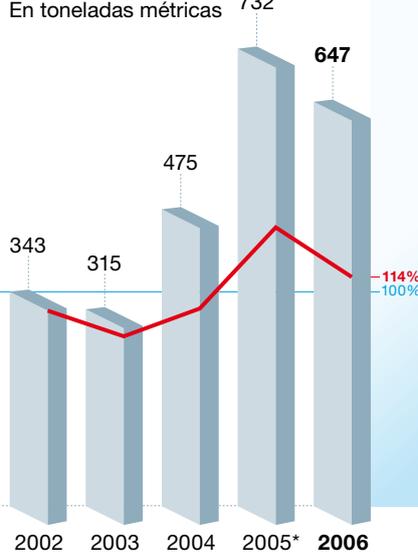
\* En el curso de la fecha de validación, se identificaron errores en la recopilación de datos en algunos centros. Los datos han sido corregidos retroactivamente.

**Emisiones de dióxido de sulfuro**  
En toneladas métricas



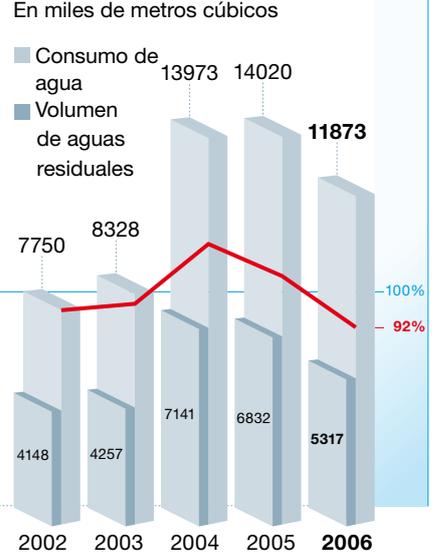
\*\* Las emisiones de dióxido de sulfuro aumentaron debido a los cambios en la mezcla del combustible de algunos centros.

**Emisiones de compuestos orgánicos volátiles**  
En toneladas métricas



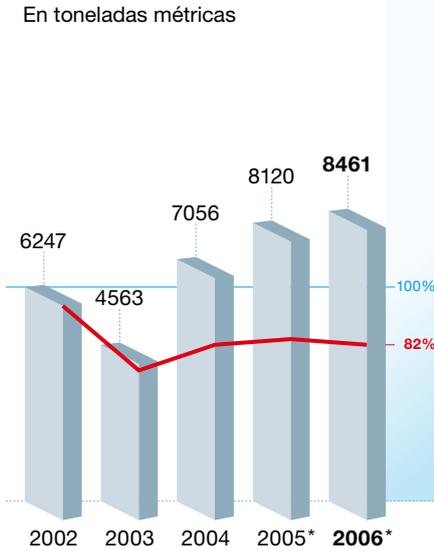
El aumento en los años 2004 y 2005 se debe primordialmente a dos adquisiciones. En el ya se habían implementado medidas para reducir las emisiones de compuestos orgánicos volátiles.

**Consumo de agua y volumen de aguas residuales**  
En miles de metros cúbicos



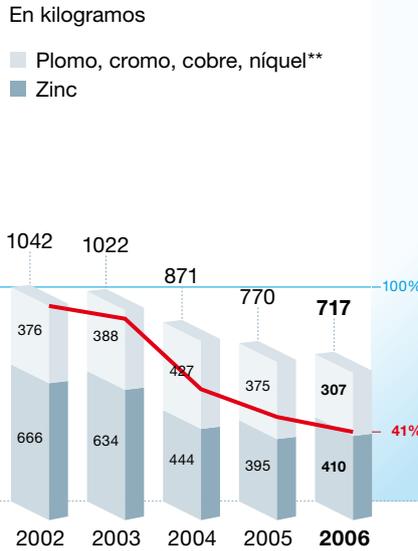
Los valores incluyen todo el agua, ya sea comprada o extraída de las propias fuentes de Henkel. La mayoría de este agua está procesada. Debido a que el agua se pierde por la evaporación y muchos productos contienen agua, el volumen de aguas residuales es menor que el volumen de agua consumida.

**Emisiones de DQO en aguas superficiales**  
En toneladas métricas



Demanda química de oxígeno (DQO): Parámetro que mide la cantidad de contaminación de sustancias orgánicas en aguas residuales.

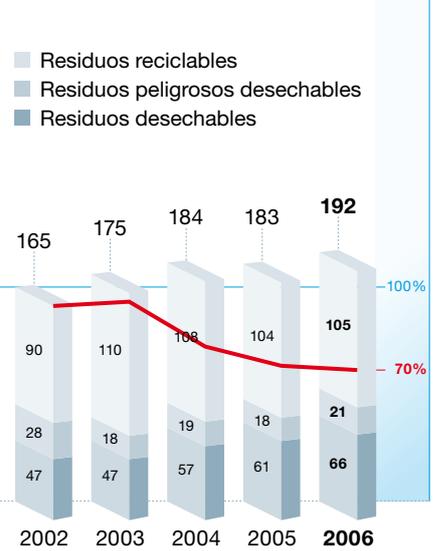
**Metales pesados emitidos a las aguas residuales**  
En kilogramos



Como el zinc es habitualmente menos dañino que otros metales pesados en términos de los efectos que tiene sobre medio ambiente, la cantidad de zinc presente se muestra separadamente.

\*\*Metales particularmente peligrosos como el mercurio o el cadmio no son relevantes.

**Residuos reciclables y desechables**  
En miles de toneladas métricas



“Residuos peligrosos desechables” incluye todos los tipos de residuos que son clasificados como peligrosos bajo las leyes de los países respectivos, y los residuos peligrosos listados en la Convención de Basilea en 1989. Debido a que cada país continúa ampliando su lista de residuos peligrosos es posible que el volumen de residuos peligrosos incremente sin que haya habido ningún cambio en la situación de residuos en Henkel.

La curva del índice en los gráficos muestra el progreso de los indicadores relativo al volumen de producción (por tonelada de producto). La base para la curva del índice es el año 2002 (=100%).

\* En el curso de la fecha de validación, se identificaron errores en la recopilación de datos en algunos centros. Los datos han sido corregidos retroactivamente.

# Empleados y lugar de trabajo

## Nos centramos en la sostenibilidad

Como compañía que opera internacionalmente, confiamos en empleados muy cualificados, flexibles y altamente motivados cuya experiencia, talentos y capacidades reflejan la diversidad de nuestros mercados y clientes.

Fomentamos el desarrollo de nuestros empleados constantemente y vinculamos su compromiso personal con el éxito de la Compañía. Esto es posible mediante una gestión orientada a los objetivos, remuneración en función de los resultados, evaluaciones regulares y aprendizaje continuo. Nuestra cultura corporativa y el positivo ambiente de trabajo, junto con la motivación de nuestros empleados, contribu-

yen decisivamente a nuestro éxito corporativo. Reconocemos nuestra obligación de respetar la dignidad personal y de guardar los derechos de privacidad de todos nuestros empleados, así como de aplicar los principios de igualdad y justicia. Ambos elementos están contemplados como reglas de conducta esenciales en nuestro Código de Conducta.

Una prioridad principal en Henkel es la salud y seguridad de todos nuestros empleados. Nos esforzamos por mejorar continuamente la salud y la seguridad laboral con programas especialmente diseñados para la promoción de la salud y para asegurar la capacidad para trabajar de nuestros empleados a largo plazo.

Objetivos	Status
<b>Nuevo objetivo:</b> Posicionar a Henkel como empresa empleadora elegible para estudiantes con gran potencial.	
<b>Objetivo a largo plazo:</b> Mejora continua de la cultura corporativa a través de un sistema regular y sistemático de encuestas a los empleados. El objetivo es estar entre el porcentaje de las 25 mejores compañías.	Ver página 37.
<b>Nuevo objetivo:</b> Armonización de los sistemas de información de recursos y los datos del personal de todo el mundo en 2010.	
<b>Nuevo objetivo:</b> Promoción de la diversidad en la Compañía. La experiencia y las habilidades de nuestros empleados deberían reflejar la diversidad de nuestros mercados y clientes. Esto incluye el aumento del porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos y asegurar la representación apropiada de las varias nacionalidades y grupos de edad en la mano de obra.	Ver páginas 34 a 36.
<b>Objetivo a largo plazo:</b> Cero accidentes laborales. Objetivo a medio plazo, para finales de 2010: reducción del 50%.	2.0 accidentes laborales por millón de horas trabajadas (año base 2005: 3.0 accidentes laborales)

## La diversidad nos hace fuertes

La diversidad en la Compañía es uno de los ingredientes de Henkel para el éxito. Es una fuente de innovación creativa y de fortaleza económica. Por ello potenciamos las habilidades de los empleados y apreciamos sus características individuales y cualidades especiales como elementos valiosos para la compañía. Este enfoque está plasmado en nuestro Código de Conducta y en el Código de Trabajo en Equipo y Liderazgo.

Queremos colaboradores de orígenes y edades distintos, con una variedad de habilidades individuales

para que trabajen juntos con eficiencia en nuestra Compañía y se sientan realizados. La diversidad es, por ello, un componente importante en nuestra cultura corporativa. Nos esforzamos en identificar y eliminar barreras que limitan las posibilidades de desarrollo individual. En 2006, en base a nuestro “diversity cockpit” formulamos una variedad de objetivos y programas para promover todavía una mayor diversidad en Henkel. El “diversity cockpit” muestra los tres factores de diversidad -edad, género y nacionalidad- en la estructura de gestión de Henkel de todo el mundo.

### Urban Award para Henkel CEE

En noviembre de 2006, en Viena, Austria, Henkel Europa Central y del Este (CEE) fue presentado a los "Urban Award" en la categoría de "negocios de gran escala". Este premio otorga un reconocimiento a las compañías que han demostrado tener competencia intercultural a través de la exitosa implementación de políticas de transversalidad de género y gestión de la diversidad. <sup>i</sup>

Nuestras medidas en la políticas de recursos humanos en Europa Central y del Este incluyen desde modelos de horas de trabajo flexibles y la promoción de la diversidad en la Compañía a la Academia internacional de Henkel CEE, que organiza seminarios y talleres para empleados en diez lenguajes.

### EE.UU.: Programa de diversidad

La Corporación Dial, que se unió a Henkel en marzo de 2004, apoya un plan de desarrollo de los recursos humanos esenciales para promocionar la conciencia y la sensibilidad en el lugar de trabajo. Se espera que todos los nuevos empleados completen este programa durante su primer año en la Compañía. En 2006 asistieron 127 empleados a talleres diseñados para incrementar su atención y sensibilidad hacia otras culturas, etnias, religiones y formas de pensar. En base a estos principios queremos extender este programa, idóneo para reflejar las condiciones locales, entre todos los nuevos empleados de Henkel en los EE.UU. en 2007.

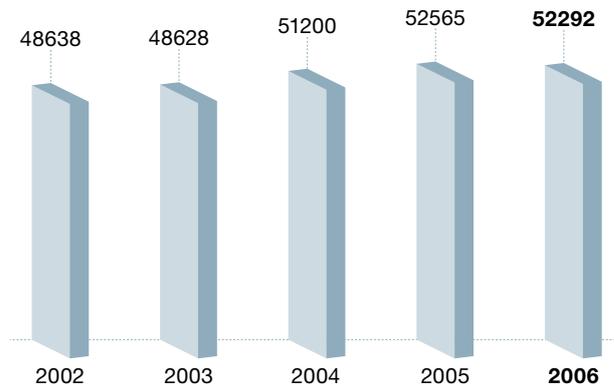
Dial ha establecido también un programa personalizado para el desarrollo de las capacidades de liderazgo entre mujeres y miembros de minorías que tienen el potencial y la predisposición para avanzar hacia niveles más altos de liderazgo.

El programa da a los participantes una mejor comprensión de sus puntos fuertes y débiles y les ayuda a desarrollar sus capacidades con el apoyo de un preparador, un mentor y los demás participantes.

Los resultados iniciales son muy prometedores; tras dos años, cerca del 70% de los participantes han mejorado sus capacidades de dirección.

### Empleados en todo el mundo

A fecha del 31 de diciembre de



### Empleados por región

	2005	2006	in %
Alemania (incluyendo aprendices*)	10.688	10.454	20,0%
Europa (excl. Alemania)	17.553	17.673	33,8%
África/Oriente Medio	5.490	5.672	10,8%
América del Norte	7.271	6.651	12,7%
América Latina	4.208	4.297	8,3%
Asia-Pacífico	7.355	7.545	14,4%
<b>Henkel</b>	<b>52.565</b>	<b>52.292</b>	<b>100%</b>

A finales del , Henkel contaba con 52.292 empleados. El número de empleados disminuyó en 237 durante el curso del año. En todo el mundo, 9.100 ocuparon cargos directivos. El porcentaje de mujeres directivas fue del 24,6%.

\*En Alemania, un total de 167 jóvenes iniciaron su aprendizaje dentro de Henkel. La cifra supone un 15% más que en el año previo. En total, 473 aprendices están aprendiendo 26 ocupaciones distintas.

### Directivos

**Directivos Top\***  
764 empleados  
Edad media: 47,4

**Total directivos**  
9.100 empleados  
Edad media: 42,4



12,3% mujeres



24,6% mujeres

En total, alrededor de 6.550 directivos no alemanes de 79 países trabajaban en Henkel a finales del

\* Junta Directiva, Directiva Operativa, Círculos de Directivos I y IIA en todo el mundo

### India: Más diversidad entre los nuevos empleados

En colaboración con ANAND, un fabricante de sistemas y componentes para la automoción, Henkel Teroson opera una joint venture entre compañías en India, que es además socia de la SNS Foundation. Entre sus otras actividades, la SNS Foundation trabaja para aliviar la pobreza y promover la igualdad de oportunidades.

Con la ayuda de la SNS Foundation la contratación de empleados en los tres centros de la joint venture ha sido adaptada a las circunstancias locales. El propósito es asegurar que mujeres y distintos grupos de la población regional son apropiadamente representados. El centro en Chennai ha experimentado un progreso especialmente positivo. En este momento, el 40% de sus ingenieros son mujeres.

### Equilibrando familia y carrera

Henkel apoya a sus empleados en sus esfuerzos por coordinar la dedicación a sus carreras y los planes para su vida privada. El grupo de trabajo Familia y Carrera desarrolla objetivos y soluciones para los centros de la Compañía en Alemania. Se concede una atención especial a proporcionar un centro de cuidado de día para niños de menores de 3 años. En 2006 número de plazas en el centro de Düsseldorf fue más que triplicado, alcanzando las 26. Adicionalmente, el departamento externo "Servicio Familiar" y el de "Servicios Sociales" de Henkel en Alemania ayudan a localizar instalaciones para el cuidado diurno de los hijos de los empleados u otros miembros de su familia que precisen de atención y cuidados. Ambos departamentos pueden también poner a los empleados en contacto con profesionales especializados y, si es necesario, darles consejo.

La ministra alemana de Familia, Ursula von der Leyen, ha designado a Kasper Rorsted, Vice Presidente de la Junta Directiva de Henkel KGaA, embajador del programa de responsabilidad social corporativa "Success Factor Family" en North Rhine-Westphalia. Otros altos cargos directivos han sido elegidos para representar a los otros 15 estados federales.

En Austria, Henkel coopera con la compañía "Employee Service" para ofrecer consejo a sus empleados y apoyo en la mediación de conflictos, salud, embarazos y problemas familiares. En España, junto con el proveedor de servicios "Más Vida Red", Henkel está estableciendo un programa en sus centros, ofreciendo una gran variedad de cursos y servicios en cuestiones de familia y carrera.

### Liderando con el ejemplo: Programa de liderazgo en Henkel

Los directivos con personalidad para motivar a un equipo de empleados son un factor clave en el éxito de nuestra Compañía. Henkel utiliza una amplia gama de herramientas y métodos para identificar y fomentar el potencial de futuros directivos. El Código de Trabajo en Equipo y Liderazgo define el marco de trabajo general dentro del cual los directivos deberían operar, y les da unas directrices claras para la toma de decisiones. El "Management Competencies Assessment" (MCA) sirve para promover el desarrollo profesional. En el "Leadership Dialogue", los directivos con responsabilidades de supervisión reciben feedback directo acerca de la actuación de liderazgo de los miembros de sus equipos.

A través del concepto "Triple Two", se prepara a los jefes jóvenes para afrontar futuras demandas de una dirección de nivel más alto. Para ello deben trabajar en dos departamentos diferentes, dos áreas de negocio distintas y en dos países.

#### Conductores del éxito corporativo



**PHAROS | sistema de evaluación**

En noviembre de , Henkel se presentó al *Iniciative Award for Occupational Training and Continuing Education*, por su PHAROS | evaluation system. La *Otto Wolf Foundation*, la *Association of German Chambers of Industry and Commerce (DIHK)* - y la revista de negocios *Wirtschaftswoche* conceden este premio conjuntamente de forma anual para reconocer las iniciativas ejemplares destinadas a mejorar la calidad y el atractivo de la formación dentro de la compañía. Siguiendo al éxito del sistema en Alemania, Henkel lo introdujo en Austria y en toda Europa Central y del Este en .

### **Nueva evaluación y discusiones para el desarrollo de empleados no directivos**

Henkel ha mejorado sus herramientas para el progreso de los empleados no directivos en su central de Düsseldorf y ha introducido un nuevo sistema de evaluación y desarrollo. En contraste con el sistema utilizado previamente, los empleados no sólo son evaluados por sus supervisores en base a su actuación hasta la fecha sino que llegan a un acuerdo sobre la aplicación de medidas concretas para su futuro desarrollo profesional y personal, a partir de un diálogo confidencial. Entre las medidas se incluyen formación en el lugar de trabajo, seminarios y responsabilidades adicionales, así como preparación para futuras tareas y demandas.

Esto permite a los empleados reconocer lo que se espera de ellos, cuáles son sus puntos fuertes y débiles, y dónde pueden mejorar. Las medidas indivi-

duales son documentadas por escrito y revisadas en intervalos apropiados. El nuevo y avanzado instrumento fue concebido siguiendo las guías del “Management Competencies Assessment” (MCA) para aconsejar al staff directivo. ⓘ

### **Cultura corporativa bajo escrutinio**

En otoño de 2006 realizamos nuestra tercera encuesta global entre directivos desde 2001, utilizando los indicadores de cultura organizacional Denison. A través de encuestas regulares y sistemáticas acerca de nuestra cultura corporativa y de programas de acción basados en los resultados, queremos lograr mejoras a largo plazo en los cimientos del crecimiento, los beneficios, la innovación y la satisfacción de los empleados. El hecho de que el índice de respuesta aumentara de nuevo –en un 5%, llegando al 85%- demuestra la importancia que nuestros directivos dan a esta encuesta, así como a las medidas derivadas de ella. Los resultados mostraron que ha habido claras mejoras en las cuatro áreas –adaptabilidad, visión y estrategia, consistencia de los valores e implicación de los empleados. Los factores que lo han hecho posible son una mejor comprensión de nuestra estrategia corporativa entre los jefes jóvenes y una valoración muy positiva de la cooperación, la orientación al equipo y la coherencia.



**“El pensamiento y el comportamiento de las personas, junto con el desarrollo de sus conocimientos, pueden marcar la diferencia más grande para crear una sociedad sostenible”.**

**Prof. Dr. István Láng,**  
Miembro de la *Hungarian Academy of Sciences* y antiguo Miembro de la *World Commission on Environment and Development*,  
Budapest, Hungría,  
[www.mta.hu](http://www.mta.hu)

**Brasil: Empleado mejor valorado**

En 2006, Henkel Brasil fue incluido por primera vez en la clasificación nacional de las 150 mejores compañías en las que trabajar. La clasificación se basa en una encuesta realizada a los empleados y su posterior evaluación por un jurado independiente, compuesto por periodistas de las respetadas revistas de negocios brasileñas *Exame* y *Você S/A*. Esta clasificación ayuda a Henkel Brasil a posicionarse todavía más como una de las mejores empresas para trabajar de la región.

**Comunicando la sostenibilidad**

Comunicamos nuestra forma de entender la sostenibilidad y la responsabilidad social a nuestros empleados mediante numerosas herramientas de comunicación interna. En los sistemas de gestión nuestra visión, valores, códigos y estándares se reflejan en instrucciones concretas de trabajo. Al proporcionar formación y educación continua, explicamos cómo se traduce la sostenibilidad a las prácticas diarias en Henkel. La protección medioambiental requiere de un aprendizaje, orientación y programas para nuevos empleados, así como de cursos de formación diseñados para introducir la idea de sostenibilidad en la conciencia de todos los empleados. Además, en la revista para empleados *Henkel-Life* y en las noticias de la intranet de *Henkel-Life Online* aparecen todos los asuntos de actualidad.

**Bien posicionados para el futuro**

Para asegurar la competitividad a largo plazo y recortar costes, Henkel realiza modificaciones estructurales de forma regular, adaptándolas a los cambios del mer-

cado. El programa de reestructuración anunciado a principios de 2005 fue llevado a cabo de acuerdo con la planificación. A finales de 2006 se suprimieron cerca de 3.000 puestos de trabajos en Europa y América del Norte. Las entidades que representaban a los empleados estuvieron implicadas en la decisión e implementación de las medidas para la reorganización en una fase temprana, con el objetivo de encontrar soluciones socialmente reconciliables y de evitar despidos motivados por las reestructuraciones corporativas.

**Reestructuración en Gran Bretaña**

Cuando la reorganización es necesaria, informamos a nuestros empleados y trabajamos con ellos para desarrollar soluciones óptimas para todos. La reestructuración de tres centros en Gran Bretaña ilustra cuán productivo puede ser el diálogo entre directivos y empleados. En 2006, en vista de su proximidad geográfica, tres centros de producción se consolidaron en uno solo, en Hemel Hempstead, para mejorar la utilización de la planta y de la tecnología. En encuentros preliminares intensivos, los 150 trabajadores afectados trabajaron conjuntamente con el equipo de directivos para encontrar soluciones ante los nuevos y obligados traslados. Las medidas implementadas incluían el pago de esos traslados y horas de trabajo flexibles, así como paquetes de bienvenida y visitas al centro. La creación de un nuevo minibus lanzadera de la compañía, un sistema para compartir automóviles y dietas de viaje para compensar el incremento de los costes de transporte, facilitaron la asimilación del aumento de desplazamientos diarios necesarios para ir a trabajar. También se organizaron servicios completos de traslado cuando los empleados lo requirieron.

Las medidas implementadas reforzaron nuestra imagen de empresa responsable y comprensiva en toda la región. La motivación de los empleados y su buena voluntad se mantuvieron a pesar de los cambios. Debido al éxito de este enfoque integrador, fruto de la colaboración, tenemos la intención de utilizar este proyecto como guía para otros posibles proyectos de reorganización de Henkel en el futuro.

# Salud y Seguridad laboral

## Objetivo a largo plazo: Cero accidentes

Henkel lanzó un programa en toda la Compañía en 2000 con el objetivo a largo plazo de alcanzar los “cero accidentes”. El primer objetivo fue lograr un descenso del 45% en el 2005. De hecho, alcanzamos una reducción del 67%, adelantándonos al calendario previsto. El próximo objetivo provisional es reducir a la mitad el número de accidentes de nuevo para 2010, tomando como base el año 2005.

Para favorecer la consecución del objetivo, tenemos la intención de integrar de forma rápida a las compañías de reciente adquisición dentro de nuestra estructura corporativa (ver el ejemplo de Newark en la página 27) y ampliar las medidas de formación y de apoyo en todos los centros de Henkel.

Todas las compañías de Henkel complementan los requisitos exigidos para la seguridad y salud laboral, así como medidas técnicas, llevando a cabo actividades que refuerzan la conciencia de sus empleados acerca de la importancia de la salud y la seguridad laboral y les ayudan a actuar adecuadamente. Tenemos en consideración las condiciones específicas de cada centro y las necesidades de los empleados.

## Formación para directores de planta en todo el mundo

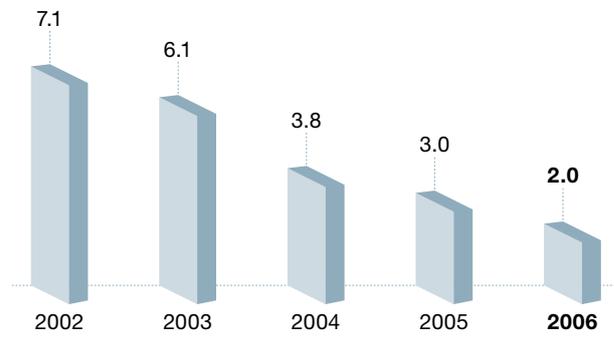
A través de un programa de formación especial, tratamos de preparar a los directores de planta de todo el mundo para la gestión de asuntos como la seguridad, la salud y el medio ambiente. El contenido del curso incluye desde el análisis de riesgos y la gestión de emergencias al diálogo entre los “stakeholders” de la región. Esto fomenta el contacto entre los centros y proporciona una oportunidad ideal para compartir ejemplos de buenas prácticas de las diferentes regiones. Los primeros cursos se celebraron en Barcelona (España) y en Estambul (Turquía), durante el 2006. En el 2007 queremos llevar a cabo estos cursos en todas las regiones en las que Henkel opera.

## Concurso de dibujo con la seguridad como tema

El área de negocio Henkel Technologies organizó un concurso de dibujo en verano del, centrado en la

## Accidente laborales por millón de horas trabajadas

Al menos un día de baja laboral\*



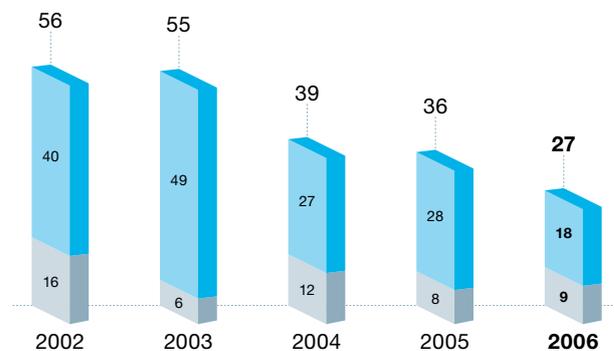
\* Excluyendo los desplazamientos diarios al lugar de trabajo

El 95% de los empleados de Henkel fueron cubiertos (excluyendo los empleados de otros contratistas)

## Accidentes laborales graves

Más de 50 días de baja

- Accidentes ocurridos durante las actividades de producción habituales
- Accidentes ocurridos durante desplazamientos internos por el centro (ej. Tropezos)



En 2002 se introdujo un sistema de información estandarizado en todo el mundo para reunir los datos de accidentes graves. En ningún empleado de Henkel o empleados de contratistas externos que trabajara para Henkel sufrió accidentes laborales fatales. ⓘ



Calendario de pared de 2007 acerca de la seguridad en el lugar de trabajo

“Seguridad en el Trabajo” e invitó a los niños de los empleados de UT de todo el mundo a enviar su visión sobre la seguridad en el trabajo.

Las doce mejores ilustraciones figuraron en un calendario de pared del año 2007, que fue distribuido entre todos los empleados de la Compañía. El concurso de dibujo y otras muchas actividades complementarias realizadas en los centros intensificaron el diálogo sobre la seguridad, aumentando la con-

ciencia entre todos los empleados. El calendario constituirá un elemento recordatorio que reforzará nuestra cultura de la seguridad durante 2007.

### Más seguridad para los empleados de contratistas

Todavía es necesario hacer grandes esfuerzos para que aumente la conciencia sobre la seguridad y la salud laboral entre los contratistas y empleados contratados por ellos que trabajan en nuestros centros. La base es proporcionar información a las compañías y a sus empleados acerca de nuestros requisitos para la seguridad y la salud, y efectuar un control para asegurar la conformidad con ellos. Asimismo, estamos implicando a los empleados de los contratistas en mayor medida con cursos de formación y dirigiéndolos a través de medidas con objetivos concretos. Con el fin de evaluar el éxito de estas medidas, incluimos a los empleados de contratistas en nuestro sistema de informe de los accidentes que causan días de baja laboral.

#### Actividades para aumentar la seguridad laboral

Lugar	Actividad
<b>Brasil</b> Diadema, Itapevi, Jacareí	Programa completo de <b>promoción de la salud</b> . Se anima a los empleados a realizar ejercicios de gimnasia a diario, diseñados en parte para prevenir los accidentes y enfermedades derivados del trabajo.
<b>China</b> Changchun	<b>100 días de actividades para la seguridad:</b> Formación completa sobre seguridad para todos los empleados, así como sesiones instructivas intensivas anuales, algunas de ellas presentadas por fabricantes de equipamiento para la protección personal.
<b>China</b> Guangzhou	<b>Un concurso de preguntas sobre la seguridad</b> con atractivos premios fue organizado para los empleados de producción y de almacén.
<b>China</b> Shanghai, oficina central	<b>Manual bilingüe</b> (Chino/Inglés) para todas las personas implicadas en la construcción del nuevo China Technology Center (Centro de Tecnología de China)
<b>Italia</b> Caleppio di Settala, Casarile, Cerano, Ferentino, Lomazzo, Parma, Zingonia	Presentaciones, películas, cursos de formación y discusiones dirigidos a todos los niveles directivos.
<b>España</b> Abrera, La Coruña, Malgrat, Montornés, San Adrián, Santa Perpétua, Alcalá de Guadaíra	<b>Formación para sensibilizar sobre la seguridad:</b> Cada año se ofrecen diferentes cursos de formación, basados en ejemplos actuales. Se presentan fotografías de déficits de seguridad y causas potenciales de accidentes, para discutirlos posteriormente.
<b>Tailandia</b> Bang Pakong	Se muestra <b>un vídeo preliminar</b> a los empleados de contratistas con amplios consejos sobre la seguridad antes de que empiecen a trabajar

# Compromiso social

## Nos centramos en la sostenibilidad

Henkel reconoce su responsabilidad con la sociedad y lo refleja en sus prácticas de negocios. Nuestro compromiso social está firmemente integrado en nuestros valores e historia corporativa. Se basa en la convicción de que las soluciones que se alcanzan conjuntamente, sobre la base de la formación de sociedades, beneficiarán a todos los implicados. Hemos agrupado todos nuestros programas de carácter social -actividades internacionales corporativas para la ciudadanía que van más allá de nuestras garantías comerciales- bajo el paraguas de Henkel Smile. Con este programa promovemos y apoyamos proyectos sociales, educativos, científicos, culturales, de ocio, deportivos, medioambientales y de la salud.

Paralelamente a las aportaciones materiales, un papel importante lo juega la gente que dedica su entusiasmo, conocimiento, predisposición para

ayudar y compromiso personal a ideas para proyectos.

El efecto es, sin excepción, positivo: para la sociedad en general, ya que se realizan contribuciones significativas para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU; para las regiones y comunidades, ya que son los empleados de los centros de Henkel quienes dirigen los retos locales y proporcionan apoyo específico allí donde es necesario; y para los empleados y pensionistas, cuyos lazos son fortalecidos a través de este mutuo compromiso.

Asimismo, hemos vinculado nuestras actividades de patrocinio más estrechamente con nuestro compromiso social, y hemos persuadido a numerosos socios de patrocinio para que se unan a nosotros apoyando proyectos sociales. Estas sociedades serán ampliadas y llegarán aún más lejos en el futuro.

Objetivos	Status
<b>Nuevo objetivo:</b> Fomentar una mayor aceptación de las responsabilidades por parte de los socios de negocios de Henkel.	
<b>Nuevo objetivo:</b> A través de Henkel Smile, dar un mayor apoyo a las comunidades en regiones estructuralmente débiles en las que se encuentran las sedes de Henkel.	

Nuestro compromiso mundial es canalizado bajo el paraguas de Henkel Smile, a través de cuatro módulos independientes para implementar ideas de proyecto e iniciativas. En 2006, un total de seis millones de euros fue destinado a medidas de apoyo.

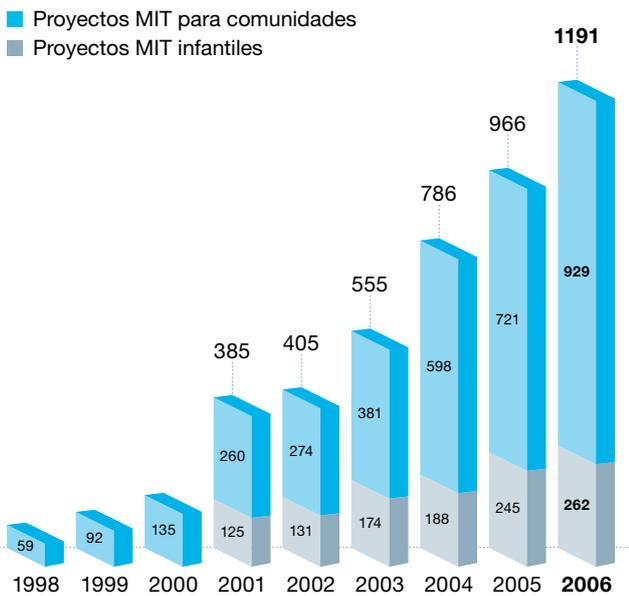
### Implicación con la sociedad

Con nuestro concepto de implicación con la comunidad, damos apoyo a proyectos individuales que se alinean con las necesidades locales de las regiones donde se ubican nuestras sedes. Las regiones estructuralmente débiles, en particular, son susceptibles de recibir un mayor apoyo en el futuro, para promover proyectos que ayudan a que la gente se ayude a sí misma.

### Voluntariado Corporativo – Iniciativa MIT

A través de MIT (Make an Impact on Tomorrow) apoyamos la implicación y participación de nuestros empleados y pensionistas tanto en proyectos comunitarios como en proyectos infantiles MIT, que están especialmente diseñados para cubrir las necesidades de los niños. Desde su lanzamiento en 1998, la Iniciativa ha apoyado a 4.574 proyectos MIT en 105 países, incluyendo 1.125 proyectos infantiles.

**Proyectos sociales “Make an Impact on Tomorrow (MIT)”**



**Donaciones Corporativas**

A través de Donaciones Corporativas, nuestro departamento central de gestión de donaciones, brindamos apoyo a iniciativas e instituciones públicas de todo el mundo. Uno de los mayores objetivos de nuestra iniciativa de donaciones es invertir en formación y educación continua, y hacer que el conocimiento sea accesible.

**Henkel Friendship Initiative**

La Henkel Friendship Initiative, establecida en 2003, es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es proporcionar asistencia y ayuda de forma rápida y no burocrática, a la gente que sufre necesidades en todo el mundo.

La empleada de Henkel Kate Huffman (la quinta por la izquierda), junto con otros voluntarios en Arizona (EE.UU.) aconseja y da apoyo a los “Lost boys” de la guerra civil del Sudán.



Particularmente tras la desgracia que suponen los desastres naturales, la Iniciativa ayuda directamente a las víctimas con ayudas económicas y de otros tipos, y apoya las medidas de reconstrucción a largo plazo.

**Proyectos seleccionados Henkel Smile**

**Social**

Los retos sociales en los lugares donde se ubican las sedes de Henkel difieren ampliamente en todo el mundo. El espectro varía desde la escasez de guarderías para niños a cuidados inadecuados para ciudadanos mayores, así como problemas raciales u otras formas de discriminación.

► **EE.UU.: Nuevo hogar para los supervivientes de la guerra civil de Sudán**

En Arizona, Henkel Smile apoya el centro “Lost Boys”, que ofrece una casa y perspectivas de futuro a refugiados jóvenes que han escapado del caos de la guerra civil en Sudán.

► **Alemania: Un golpe de aire fresco para pacientes con Alzheimer**

Con el apoyo económico de Henkel se construyó una casa de madera en el jardín de un hogar para pacientes con Alzheimer en Hilden, con el fin de utilizarla como punto de encuentro para el descanso y la relajación al aire libre. Se espera que este escenario estimule las memorias de los residentes en la casa.

**Educación y ciencia**

El conocimiento es uno de los recursos más valiosos de la sociedad. Para promover las condiciones que

Bajo el slogan “Gemeinsam Kindern Zukunft schenken” (Trabajando juntos para dar un futuro a los niños) la marca Schauma, la UNESCO, Vitali (izquierda) y Wladimir Klitschko apoyan la construcción de una escuela para los hijos de los San, en Namibia.





Tras la apertura oficial del centro de formación profesional en Pondicherry, India, en diciembre de 2006, el Dr. Reimar Heucher (el sexto por la izquierda) y el Arzobispo Dr. Anthony Anandarayar visitaron el taller de costura que se estableció con la ayuda de donaciones de Henkel Smile y del club de hockey sobre hielo DEG.

permitan una vida independiente y con igualdad de derechos para el mayor número de gente posible, apoyamos particularmente la provisión de formación y educación continua en escuelas, así como un acceso igualitario al conocimiento y a las oportunidades de recibir una educación para todos.

► **Alemania: Concesión de becas y subvenciones**

Concedemos subvenciones a diferentes niveles educativos para ayudar a los jóvenes a realizar sus estudios. El Hugo Henkel Award apoya a las escuelas que se centran principalmente en la enseñanza de la ciencia. La Jost Henkel Foundation otorga becas a los estudiantes sobresalientes en los campos de las ciencias económicas, sociales, naturales e ingenierías, mientras otros premios están al alcance de licenciados universitarios que han obtenido resultados excepcionales en las disciplinas de las ciencias económicas y naturales.

► **India: Centro de formación profesional en Pondicherry**

Gracias a una campaña conjunta para recaudar fondos entre Henkel Smile y el club de hockey sobre hielo *DEG Metro Stars* de Düsseldorf, se ha construido un centro de formación profesional en la región costera de India, que resultó muy afectada por el tsunami de diciembre de 2004.

► **Namibia: Integración a través de la educación**

La marca Schauma apoya el proyecto "Education for Children in Need" de la UNESCO, que consiste en la construcción de una escuela para los hijos de los



Los domingos, tocan música: cinco de los 60 niños y niñas de la *Assembléa de Deus Nipo-Brasileira*, una institución religiosa que cuida de niños de familias pobres en São Paulo, Brasil. La empleada de Henkel Magda Morales ha estado allí realizando trabajos de voluntariado durante cuatro años.

San, grupo minoritario cuya supervivencia a largo plazo está en peligro. Boxers Vitali y Wladimir Klitschko son los embajadores de la UNESCO para este proyecto, que proporciona una escolarización a los niños. El objetivo es ayudar a los San a estar menos marginalizados, respetando su cultura tradicional.

**Cultura y ocio**

Las actividades culturales y de ocio son una fuente de disfrute y creatividad. Las actividades de ocio en grupo también promueven las facultades sociales. Por ello apoyamos la creatividad a través del desarrollo artístico.

► **Brasil: Lecciones de música clásica para niños desfavorecidos**

En un proyecto de la religiosa *Assembléa de Deus Nipo Brasileira*, que cuida a los niños procedentes de

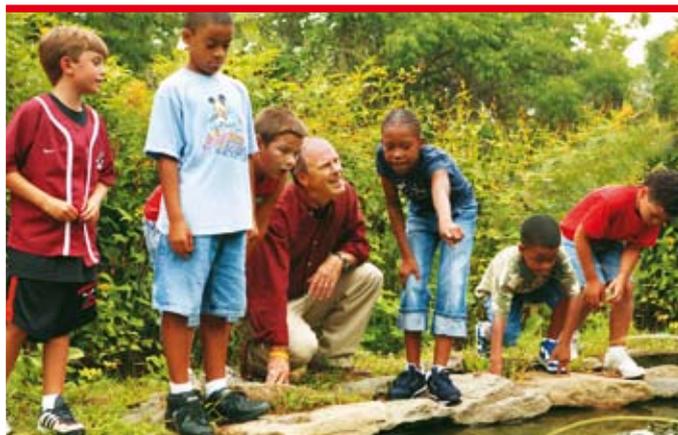


*"Para cumplir sus deberes y compromisos con la sociedad, Henkel debería desarrollar un conjunto de acciones que contribuyera y que a la vez elevara al bien común su perfil corporativo, a través de iniciativas educativas y deportivas, por ejemplo"*

**Henrique B. Cavalcanti,**  
Presidente de FUNATURA,  
Brasilia, Brasil,  
[www.funatura.org.br](http://www.funatura.org.br)



Lecciones de natación para niños autistas: En Corea del Sur, los niños autistas aprenden a nadar con la ayuda de sus padres – y aumentan así su auto confianza. Los empleados de Henkel participan en este programa terapéutico como ayudantes durante las lecciones de natación. Los encuentros regulares con ellos también ayudan a fomentar la capacidad de los niños para interactuar con los demás.



Los niños en edad escolar experimentan con la naturaleza y con la ciencia: este es el objetivo del proyecto MIT para niños, impulsado por Bill Read, un empleado de Henkel de Gulph Mills, Pennsylvania (EE.UU.). El proyecto permitirá que 200 estudiantes de la Gotwals Elementary School visiten el Riverbend Environmental Education Center durante el año académico 2006/2007 (ver también nuestra portada) 

familias pobres, Henkel Smile apoya a los empleados que dan a los niños lecciones de música clásica y les ayudan a familiarizarse con una amplia variedad de instrumentos.

#### ► **Italia: Musicales, drama y arte**

En Scampia, un distrito de la ciudad de Nápoles, trabajamos con la iniciativa sin ánimo de lucro “La Locomotiva”, respaldada por la iglesia, para organizar talleres regulares para niños y jóvenes. Unos 100 niños participan en talleres semanales de musicales, drama o arte que hacen posible que descubran su propio talento.

#### **Deportes y salud**

Los deportes y la salud están estrechamente unidos. El ejercicio regular es una de las actividades más importantes para mantenerse sano. Pero no todas las personas del mundo pueden permitirse cuidados médicos. También apoyamos proyectos que promueven el bienestar a través del fomento de actividades deportivas.

#### ► **Nepal: Asistencia médica a más de 1.000 refugiados**

Por séptima vez, los empleados de Henkel organizaron el transporte de donaciones de ayuda a un campo de refugiados tibetanos cerca de Katmandú. Un equipo de doctores y estudiantes de medicina

proporcionaron cuidados médicos y abastecieron a los refugiados con medicamentos y artículos para la higiene.

#### **Medio ambiente**

Henkel cuenta con una larga tradición de apoyo a la protección del medio ambiente y a la educación medioambiental. En muchas regiones, apoyamos proyectos con el objetivo de preservar las áreas de conservación o de proteger las especies animales en peligro de extinción.

#### ► **Ghana: Apoyo a la agricultura sostenible**

Henkel está ayudando a la *Agricultural Rural Association* (ARA) a construir un centro de formación agrícola, en el cual se enseñarán métodos ecológicos de cultivo.

#### ► **Hungría: Jóvenes expertos en medio ambiente**

Junto con la cooperación del socio “*Valley of the Körös Rivers Nature Park Organization*”, Henkel Hungría ha iniciado un proyecto piloto de educación medioambiental en tres guarderías infantiles. Los profesores tratan un nuevo tema relacionado con el medio ambiente cada mes, como la observación del tiempo y los cambios de estación. El objetivo es poner los cimientos de la conciencia medioambiental mientras los niños todavía son pequeños.

## Contribución a los objetivos de desarrollo global

A través de los proyectos sin ánimo de lucro de Henkel Smile, Henkel y sus empleados ayudan a mejorar la calidad de vida de mucha gente, mejorando su situación o simplemente haciéndola más feliz. Sin embargo, este compromiso va más allá de estos beneficios individuales y consigue mucho más: contribuye a dirigir los problemas y desafíos en todo el

mundo. En el año 2000, en sus Objetivos de Desarrollo del Milenio, la ONU identificó las cuestiones políticas y sociales urgentes del presente y el futuro, y formuló ocho objetivos que deben ser alcanzados antes del 2015. A través de Henkel Smile, Henkel hace multitud de pequeñas contribuciones para la consecución de estos objetivos -especialmente en países emergentes y en vías de desarrollo.

### Proyectos seleccionados de Henkel Smile de acuerdo con su relación con los ocho Ojetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU

Objetivos de Desarrollo del Milenio	Proyectos Henkel Smile (2006)
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	<p><b>Moldavia:</b> Apoyo económico a un orfanato en Falesti</p> <p><b>Camerún:</b> Mejorar los cuidados médicos en Fongo Ndeng</p> <p><b>India:</b> Construir un poblado para niños huérfanos y niños procedentes de familias desestructuradas en Tirunelveli</p> <p><b>República Dominicana:</b> Construir un nuevo orfanato (Casa Santa Anna) en Babey Nuevo</p> <p><b>Argentina:</b> Suministrar comida y proporcionar asistencia sanitaria a las familias que viven por debajo del umbral de la pobreza en Buenos Aires.</p>
2. Lograr la educación primaria universal	<p><b>Nepal:</b> Nuevas aulas y una librería para la escuela Samudayik Vidya Mandir en Mandir.</p> <p><b>Bangladesh:</b> Campaña para la alfabetización de los niños del distrito de Mollahat</p> <p><b>Laos:</b> Construir una nueva escuela completa y con instalaciones sanitarias y muebles en Muang Phong</p> <p><b>Tanzania:</b> Escuela privada para enseñar a grupos pequeños hasta que alcancen un buen nivel, en Karagwe</p> <p><b>Rumanía:</b> Ayuda con las tareas escolares a niños de familias necesitadas en Caransebes</p>
3. Promover la igualdad de géneros y delegar responsabilidades en mujeres	<p><b>Tanzania:</b> Educación y formación profesional a niñas de Rogorv</p> <p><b>Uganda:</b> Amueblar el dormitorio de un internado de niñas en Kabale</p> <p><b>EE.UU.:</b> Proyecto Girl Scout en San Francisco, California, para promover la auto confianza</p> <p><b>EE.UU.:</b> Proyecto para ayudar a chicas jóvenes en Detroit, Michigan, a planificar sus carreras profesionales</p>
4. Reducir la mortalidad en niños	<p><b>Ucrania:</b> Equipar un hospital en Kiev con equipo salvavidas para neonatos con tumores cerebrales</p> <p><b>Kenia:</b> Provisión de medicamentos para niños con cáncer en los nódulos linfáticos en Mkomani</p> <p><b>Alemania:</b> Adquisición de un lector de microplacas para el University Children's Hospital en Düsseldorf para ayudar a la investigación de enfermedades infecciosas en niños.</p> <p><b>Turquía:</b> Adquisición de respiradores para bebés neonatos en Gaziantep</p>
5. Mejorar la salud materna	<p><b>Perú:</b> Apoyo médico para madres menores de edad y sus hijos en Ventanilla, Lima</p> <p><b>Sudáfrica:</b> Ayuda a madres con hijos discapacitados en Pretoria</p> <p><b>Togo:</b> Apoyo a un centro para madres e hijos y otro para afectados por el SIDA en Lomé</p>
6. Combatir el SIDA, la malaria y otras enfermedades	<p><b>Tailandia:</b> Cuidados médicos para huérfanos afectados por el SIDA en Lopburi</p> <p><b>Ruanda:</b> Reconstrucción de un hogar para afectados por el SIDA y huérfanos de guerra en Kigali</p> <p><b>Tanzania:</b> Construcción de una escuela para huérfanos con SIDA en Leguruki</p> <p><b>Malawi:</b> Proporcionar cuidado para huérfanos con SIDA y disponiendo para ellos estancias con sus familiares en Lilongwe</p>
7. Asegurar la sostenibilidad medioambiental	<p><b>Nigeria:</b> Construcción de un pozo para suministrar agua potable y de acequia en Fouangbe/Sekrere</p> <p><b>Tanzania:</b> Construcción de un nuevo pozo para un centro de formación profesional en Mashi</p> <p><b>Hungría:</b> Actividades educativas centradas alrededor de la protección medioambiental en el Parque Natural de Körösladány</p>
8. Desarrollar una sociedad global para el desarrollo	<p><b>Ghana:</b> Campo de verano para la renovación de una escuela en Agona Swedru y reforestación en Biakba</p> <p><b>Brasil:</b> Adquisición de equipamiento y maquinaria para el centro de formación profesional para jóvenes en Passo Fundo</p> <p><b>Corea del Sur:</b> Apoyo a un equipo de fútbol para los hijos de trabajadores mongoles en Seúl</p> <p><b>España:</b> Torneo internacional de fútbol juvenil para promover los intercambios culturales en Malgrat</p>

# Valoraciones externas

El papel de liderazgo de Henkel en el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa se confirma a través de los premios, clasificaciones, certificaciones y reconocimientos obtenidos internacionalmente, así como por empresas de auditoría externa y analistas de sostenibilidad 

## Valoraciones e índices

 Zurich/Nueva York: en 2006, Henkel fue incluida de nuevo en el *European Dow Jones Sustainability Index* DJSI STOXX como una de las compañías líderes en el sector de productos de corta vida para el hogar.

 Londres: Por sexto año consecutivo, Henkel fue incluido en el índice ético FTSE4Good, que fue introducido en 2001 por el *Financial Times* y el *London Stock Exchange*.

 Zurich/Viena: En septiembre del 2005, *INVERA Investment Ethics Research & Advisory AG* actualizó la clasificación de Henkel como “éticamente positiva”

 Munich: En 2006, por segunda vez, Henkel fue declarada como la mejor compañía en actuación sostenible entre todos los fabricantes de bienes de consumo en el “*Corporate Responsibility Rating*” de la firma alemana *Oekom Research AG*.

 París: Henkel ha sido incluida en el *Eurozone advanced sustainability performance index* (ASPI) que la agencia francesa VIGEO realiza desde 2001. La clasificación de Henkel fue actualizada en otoño de 2006.

 París: Henkel fue incluida de nuevo en el *Ethibel Sustainability Index*, que ha sido renombrado como *Ethibel Pioneer Index*. Este índice, establecido en 2002, incluye a 200 compañías en base a su compromiso con el medio ambiente.

## Clasificación de la sostenibilidad



Henkel ocupa el segundo puesto en el *Good Company Ranking* de 2007. El *manager magazin*, Deloitte y Kirchhoff Consult analizaron y consideraron la actuación socialmente responsable de 120 compañías líderes europeas. El Dr. Friedrich Stara, Vicepresidente Ejecutivo de Detergentes y Cuidado del Hogar de Henkel, aceptó el galardón en Davos el 25 de enero de 2007. 

## Lista de sostenibilidad



En 2007, como en el año anterior, Henkel fue incluida entre las 100 Corporaciones Globales más Sostenibles del Mundo. Las compañías que aparecen en la lista son seleccionadas a partir del *Morgan Stanley Capital International World Index*.

## Informando sobre la sostenibilidad

En noviembre de 2006, *SustainAbility* publicó su informe bianual titulado “*Tomorrow’s value*”. Producido en cooperación con el *United Nations Environment Programme (UNEP)* y la agencia *Standard and Poor’s*, este informe clasifica los informes sobre la sostenibilidad internacional en términos de su transparencia y la revelación de información relativa a la gestión medioambiental, social y corporativa. Henkel es la número 42 entre las 50 líderes y ocupa el segundo mejor puesto de las tres compañías alemanas que figuran entre las 50 mejores.

# Contactos y créditos

## Para más información

### Corporate Communications Spain

Contacto: Elisenda Ballester  
Tel.: +34 93-290-4495  
Fax: +34 93-290-4699  
E-mail: elisenda.ballester@es.henkel.com

### I+D y Sustainability Communications

Tel.: +49 (0) 211-797-9336  
Fax: +49 (0) 211-798-5598  
E-mail: wolfgang.zengerling@henkel.com

### Información sobre Sostenibilidad y diálogo con "stakeholders"

Tel.: +49 (0) 211-797-3680  
Fax: +49 (0) 211-798-9393  
E-mail: uwe.bergmann@henkel.com

### Relaciones con inversores

Tel.: +49 (0) 211-797-3937  
Fax: +49 (0) 211-798-2863  
E-mail: oliver.luckenbach@henkel.com

### Corporate Citizenship

Tel.: +49 (0) 211-797-4191  
Fax: +49 (0) 211-798-4040  
E-mail: kai.von-bargen@henkel.com

### Direcciones de Internet

[www.henkel.es](http://www.henkel.es)  
[www.henkel.com](http://www.henkel.com)  
[www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability)  
[www.henkel.com/investor-relations](http://www.henkel.com/investor-relations)  
[www.henkel.com/smile](http://www.henkel.com/smile)

## Informe de Sostenibilidad de Henkel

Henkel publicó su primer informe sobre medio ambiente en 1992. Año tras año, ha ampliado su cobertura a la seguridad, la salud, el medio ambiente y el compromiso social. Desde el 2002, lo publica anualmente como "Informe de Sostenibilidad". El informe actual, viene a complementar el "Informe Anual" y retrata nuestras contribuciones en todo el mundo al desarrollo sostenible durante el año 2006. Desde que Henkel se unió al Global Compact en 2003, el Informe de Sostenibilidad ha servido también como base para desarrollar el informe acerca del progreso anual.

Las marcas a las que nos hemos referido han sido seleccionadas sobre la base de su innovación, su relevancia, y por la forma como que reflejan el trabajo de sus respectivos sectores de negocio (ver página 18). Los indicadores medioambientales relacionados con la producción fueron determinados utilizando datos procedentes de centros de producción de 52 países, que aglutinan más del 95% del volumen de producción de la Compañía en todo el mundo (ver página 32). Los accidentes laborales se registran utilizando un sistema de informe globalmente uniforme. La cobertura se amplía al 95% de los empleados de Henkel (ver página 39). Henkel informa abiertamente acerca de los accidentes laborales graves y las medidas adoptadas en consecuencia (ver página 31)



## Créditos

Publicado por: Henkel KGaA, 40191 Düsseldorf, Alemania  
© 2007 Henkel KGaA

### Trabajo editorial y coordinación:

I+D y Sustainability Communications:  
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling  
Corporate SHE and Product Safety:  
Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann, Ines Biedermann,  
Dr. Norbert Fedtke, Christine Schneider

### Traducción al español, coordinación y correcciones:

Corporate Communications Ibérica - Henkel Ibérica, S.A.  
Art Digital Comunicació, S.L.

Diseño: Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Cologne

Composición tipográfica: workstation gmbh, Bonn

Fotos: David Surowiecki (portada), Andreas Fechner,  
Wilfried Wolter, Henkel

Imprenta: Gráficas Angelats, Barcelona

PR: 06 07

ISBN: 978-3-923324-22-4



El Informe de Sostenibilidad esta impreso en papel Munken Lynx, de Munken y distribuido por Antalis. El papel está hecho a partir de pasta blanqueada sin cloro. Consiste en fibras de madera originarias de bosques gestionados con criterios de sostenibilidad y certificados de acuerdo con las reglas del Forest Stewardship Council (FSC). Las tintas de impresión no contienen metales pesados. Esta publicación ha sido encuadrada de modo que sea reciclable, utilizando Purnelt MicroEmission de Henkel para cumplir los estándares de salud y seguridad laboral, y las cubiertas han sido acabadas con adhesivos de base acuosa para laminados Adhesin de Henkel.

Los nombres de todos los productos son marcas registradas de Henkel KGaA, Düsseldorf, o de sus compañías afiliadas.

Este documento contiene afirmaciones que se basan en las estimaciones actuales y suposiciones hechas por la dirección corporativa de Henkel KGaA. Estas afirmaciones se caracterizan por el uso de palabras como expectativa, intención, plan, predicción, asumir, creer, estimar, anticiparse y similares. Dichas declaraciones no deben ser entendidas de ningún modo como garantías de que las expectativas o perspectivas serán exactas en el futuro. La actuación y los resultados logrados por Henkel KGaA y compañías afiliadas en el futuro dependen de un gran número de riesgos e incertidumbres y podrían por tanto diferir sustancialmente de las predicciones y afirmaciones aquí incluidas. Muchos de estos factores quedan fuera del control de Henkel y no pueden ser predichos con exactitud por adelantado, como el futuro entorno económico, las acciones de la competencia y otras relacionadas con el mercado. Henkel no planea ni se compromete a actualizar ninguna de las afirmaciones aquí expuestas.

A photograph of two children jumping joyfully in a green field under a clear blue sky. The child on the left is wearing a red shirt and blue shorts, while the child on the right is wearing a green shirt and blue shorts. The background consists of a dense line of green trees.

**Henkel**

*A Brand Like a Friend*