



Nota de prensa

5 de marzo de 2020

Nuevo marco estratégico para un crecimiento intencionado

Henkel lanza su agenda de crecimiento

- **Establece la futura orientación con un nuevo marco estratégico**
 - **Dar forma a un porfolio ganador de manera rigurosa**
 - **Acelerar las innovaciones de impacto con mayores inversiones**
 - **Potenciar la sostenibilidad basada en una sólida trayectoria con objetivos ambiciosos**
 - **Transformar la digitalización en un creador de valor para el cliente y el consumidor**
 - **Redefinir los modelos operativos para que sean ágiles, rápidos y simples**
 - **Fortalecer la cultura colaborativa con personas empoderadas**
- **Refuerzo de la agenda de crecimiento con objetivos financieros a medio y largo plazo**
 - **Crecimiento de las ventas orgánicas entre el 2% y el 4%**
 - **Crecimiento del beneficio por acción preferente depurado* en un solo dígito de medio a alto rango porcentual, a tipo de cambio constante**
 - **Centrarse en el aumento del flujo de caja libre**

Düsseldorf – Henkel ha presentado hoy a inversores, analistas y medios su nuevo marco estratégico para el futuro.

“En Henkel, estamos construyendo el futuro sobre una base sólida: marcas sólidas y tecnologías innovadoras, negocios atractivos con posiciones de mercado líderes en todo el mundo, un equipo altamente comprometido y un excelente balance financiero con altas capacidades de generación de efectivo. Sin embargo, recientemente, nuestro rendimiento general ha estado por debajo de nuestros objetivos y de las expectativas de nuestros accionistas. En el futuro, sabemos que podemos hacerlo mejor y así lo haremos”, comenta Carsten Knobel, CEO de Henkel.

“En base a un análisis exhaustivo de nuestras fortalezas y necesidades de cambio, hemos desarrollado un nuevo marco estratégico para nuestra compañía. Este marco nos ayudará a ganar en esta nueva década con un claro enfoque en un crecimiento intencionado. Esto significa crear mayor valor para el cliente y el consumidor para superar nuestros mercados, reforzar nuestro liderazgo en sostenibilidad y permitir que nuestros empleados crezcan, profesional y personalmente, a través de su trabajo en Henkel”, explica Knobel.

* Ajustado por cargos / ganancias por única vez y cargos de reestructuración.



“Con vistas hacia el futuro, nuestro nuevo marco estratégico para un crecimiento intencionado impulsará el desarrollo exitoso de Henkel en el futuro y evolucionará con el tiempo. Los elementos principales de este marco son un porfolio ganador, una ventaja competitiva en las áreas de innovación, sostenibilidad y digital, así como un modelo operativo preparado para el futuro, reforzado por una sólida base de cultura colaborativa y de personas empoderadas. Nuestro compromiso con el crecimiento intencionado también se refleja en nuestros objetivos financieros a medio y largo plazo”, resume Carsten Knobel.

Dar forma a un porfolio ganador de manera rigurosa

Un elemento clave de esta futura orientación es una **gestión activa del portfolio**. Henkel ha identificado marcas y categorías con un volumen total de ventas de más de mil millones de euros, principalmente en sus negocios de consumo, de las cuales están se han identificado alrededor del 50% para ser desinvertidas o discontinuadas durante el 2021. Además, las **fusiones y adquisiciones** seguirán siendo una parte integral de la estrategia de Henkel. Los criterios clave para las adquisiciones son la disponibilidad, la adaptación estratégica y el atractivo financiero de los objetivos potenciales. Henkel utilizará su sólido balance financiero para realizar adquisiciones de alto impacto. Si bien Henkel apunta a expandir su liderazgo tecnológico en Adhesive Technologies con adquisiciones, la compañía se centrará en los negocios de consumo que cuenten con una posición de liderazgo en países y categorías, así como en oportunidades y nuevos modelos de negocios.

Ventaja competitiva: innovación, sostenibilidad, digital

Para fortalecer aún más su **ventaja competitiva**, Henkel se centrará en acelerar las **innovaciones** con impacto, impulsar la **sostenibilidad** como un factor diferenciador y transformar la digitalización en un creador de valor para el cliente y el consumidor.

Acelerar las innovaciones de impacto con mayores inversiones

Henkel apunta a acelerar las **innovaciones** de impacto, apoyadas por mayores inversiones. Esto incluirá un **enfoque de innovación** mejorado, por ejemplo, al expandir el uso de herramientas y datos digitales para obtener información de manera más rápida y mejor. Si bien Henkel impulsará la toma de decisiones en toda la organización más cerca de las necesidades de mercado y aprovechará el potencial de la innovación abierta y el *crowdsourcing* de ideas, también ampliará sus enfoques ágiles y continuará invirtiendo en incubadoras y centros de innovación. Esto permitirá el desarrollo de **innovaciones de impacto** en las tres unidades de negocio. Las innovaciones y las marcas serán respaldadas con inversiones consistentes en las categorías y regiones clave. Por lo tanto, Henkel se compromete a **incrementar el crecimiento de las inversiones** en publicidad, digital e informática en 350 millones de euros en comparación con el año 2018.

Potenciar la sostenibilidad basada en una sólida trayectoria con objetivos ambiciosos

Construyendo sobre su sólida trayectoria y un mayor progreso hacia sus objetivos para el 2020 y los próximos años, Henkel apunta a fortalecer la **sostenibilidad** como una diferencia competitiva. La compañía ha definido los próximos tres hitos clave, que son altamente relevantes para los consumidores, los clientes, los socios comerciales y la sociedad en general: con la visión de ser **una empresa positiva para el clima** en 2040, la compañía planea reducir la huella de carbono de su producción en un 65% y ahorrar 100 millones de toneladas de CO₂ junto con sus consumidores,

clientes y proveedores para el 2025. Trabajando hacia una **economía circular** y de cero residuos de plástico en el medio ambiente, Henkel ha definido objetivos ambiciosos para el packaging para el 2025: el 100% del packaging de Henkel será reciclable o reutilizable¹ y la compañía tiene el objetivo de reducir los plásticos vírgenes de origen fósil en el packaging de sus productos de consumo en un 50%.

Henkel también quiere mejorar su impacto social positivo en las comunidades, con fuentes de suministro 100% responsables, potenciando a sus más de 50.000 empleados comprometidos y ayudando a mejorar 20 millones de vidas en todo el mundo para 2025.

La sostenibilidad estará firmemente **anclada en todas las actividades**. Al establecer la sostenibilidad como un pilar central en sus estrategias de innovación, las divisiones Beauty Care y Laundry & Home Care avanzarán en sus portafolios de productos enfocados particularmente en soluciones de packaging sostenibles y en la ampliación de marcas con propósito. La división Adhesive Technologies continuará aprovechando su potencial a través de productos y tecnologías que definen los estándares de la industria.

Transformar la digitalización en un creador de valor para el cliente y el consumidor

En el futuro, Henkel tiene como objetivo transformar la **digitalización** en un creador de valor para el cliente y el consumidor. Henkel quiere **impulsar la relación individual y las ventas digitales en los negocios de consumo** expandiendo las plataformas digitales existentes y el establecimiento de nuevas para la relación directa con los consumidores. **La digitalización de principio a fin centrada en el cliente en el negocio industrial** se impulsará para generar nuevos negocios y digitalizar aún más la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto con ellos. Además, Henkel proseguirá con su completa integración de datos. Esto permitirá a la empresa, por ejemplo, crear soluciones innovadoras y personalizadas en inteligencia artificial. Henkel también invertirá en talento digital, especialmente en científicos e ingenieros de datos con capacidades necesarias para el futuro y profunda experiencia en la industria tecnológica. Y finalmente, Henkel quiere **hacer posible que el foco esté en el negocio digital y la eficiencia**. Henkel reorganizará por completo su configuración digital, estableciendo una nueva estructura digital llamada "Digital Business". A finales de 2019, Henkel creó un nuevo cargo de CDIO (Chief Digital and Information Officer). Los equipos de Digital y de IT de Henkel ahora se encontrarán bajo el liderazgo del CDIO, quien reportará directamente al CEO.

El nuevo "Digital Business" de Henkel se basa en dos pilares: primero, "Business Technology", que es un vehículo para impulsar la eficiencia en toda la cadena de valor mediante la optimización continua de los procesos comerciales y los sistemas de IT. Y el segundo pilar es "Henkel Digital", una nueva unidad dedicada a la incubación e innovación orientada al mercado. En este contexto, Henkel planea establecer centros de innovación digital en Berlín, Silicon Valley y Asia.

Redefinir los modelos operativos para que sean ágiles, rápidos y simples

Henkel está redefiniendo todos los modelos operativos de la compañía para que sean ágiles, rápidos y simples, y mejorando continuamente la competitividad de sus procesos y estructuras. La compañía aspira a intensificar sus esfuerzos para facilitar nuevos modelos de negocio, **dar un salto cualitativo**

¹ Excluyendo productos adhesivos donde los residuos pueden afectar la reciclabilidad o contaminar las corrientes de reciclaje.

en la proximidad con los clientes y consumidores con una toma de decisiones más rápida y **aumentar** continuamente la **eficiencia**.

Fortalecer la cultura colaborativa con personas empoderadas

Una cultura fuerte, valores compartidos y un marco claro para colaborar como equipo son claves para el futuro éxito de Henkel. Como primer paso, Henkel presentó en 2019 nuevos “Leadership Commitments” a todos los empleados a nivel mundial. Henkel planea acelerar esta *transición a una nueva cultura* con estos compromisos en el centro y fomentará una **cultura de colaboración y empoderamiento, capacitará a sus empleados en sus futuras habilidades y ayudará a su plantilla a crecer** y desarrollarse.

Objetivos financieros a medio y largo plazo

“Nuestro nuevo marco estratégico para un crecimiento intencionado también se refleja en nuestros objetivos financieros a medio y largo plazo: crecimiento de las ventas orgánicas de entre el 2% y el 4%, crecimiento del beneficio por acción preferente depurado* en el rango medio de un solo dígito, por debajo del año anterior a tipos de cambio constantes, y nuestro enfoque continuado en el aumento del flujo de caja libre”, ha afirmado Carsten Knobel.

“En resumen, estamos convencidos de que hoy hemos sentado las bases para el futuro desarrollo exitoso de Henkel. Ahora, nos centraremos en implementar estas medidas, impulsar el cambio y seguir evolucionando nuestra agenda de crecimiento”, ha comentado Carsten Knobel.

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. En las divisiones de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2019, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.200 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 52.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX.

Para más información, visita www.henkel.es o sigue la cuenta oficial de Twitter:



[@henkeliberica](https://twitter.com/henkeliberica)

Contacto:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bcw-global.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bcw-global.com