



Comunicado de Prensa

11 de abril de 2023

La compañía rinde homenaje a su fundador, Fritz Henkel, con una exposición por su cumpleaños 175

Fritz Henkel: un pionero cumple 175 años

El 20 de marzo de 2023, Henkel celebró el aniversario 175 de su fundador, Fritz Henkel. Hasta el día de hoy, sus valores, espíritu pionero y sentido de responsabilidad siguen dando forma a la cultura de la empresa.

Por ello, se ha decidido conmemorar con una exposición histórica en su sede central en Düsseldorf, donde los colaboradores pueden revivir la historia del fundador. En ella, imágenes históricas, objetos y documentos ilustran su infancia y sus primeros pasos como autónomo, sus productos y su innovadora comercialización, así como el compromiso con sus empleados. De igual manera, el contenido de la exposición está disponible a todo el público en un sitio web bilingüe: <https://www.fritz-henkel.com>.

"Mi tatarabuelo Fritz Henkel era un verdadero emprendedor y pionero de corazón. Tomó nuevos caminos, no sólo en el desarrollo de productos, sino también en el marketing y en la forma de dirigir su organización. Con sus innovaciones, revolucionó la vida cotidiana de miles de personas, especialmente de las mujeres", afirma la Dra. Simone Bagel-Trah, presidenta del Consejo de Supervisión y del Comité de Accionistas de Henkel. "Además de tener en mente a sus clientes, se preocupaba por sus empleados, los 'Henkelaner'. Mucho antes de que naciera el término 'sustentabilidad', abrazó las actividades empresariales consientes, en equilibrio con la sociedad y el medioambiente. Siempre pensó en lo que sus decisiones y acciones significaban para las generaciones venideras. Actualmente, esta filosofía aún se puede sentir en Henkel".

"Con su determinación, espíritu pionero y sentido de responsabilidad para con su empresa, su equipo de trabajo y la comunidad, Fritz Henkel definió las bases de la larga historia de éxitos. Hasta hoy, sus ideas, logros y valores siguen arraigados a la cultura corporativa. Nos inspiran y nos guían, reflejándose a la vez, en nuestro propósito: *Pioneers at heart for the good of generations* (pioneros de corazón por el bien de las generaciones)", comentó Carsten Knobel, CEO de Henkel.

26 de septiembre de 1876: Fritz Henkel funda la empresa

Cuando Friedrich Karl Henkel (conocido como Fritz) nace en Vöhl, Alemania, en 1848, la industria química estaba en auge. Desde muy pequeño, el hijo de Johanette y Johann Jost Henkel sentía fascinación tanto por dicha materia, como por las matemáticas. A los 17 años, se traslada a Elberfeld, una floreciente ciudad industrial del siglo XIX, a fin de realizar un aprendizaje comercial dentro de una organización química. Gracias a su talento, progresa rápidamente y es nombrado director general.

En 1876, con sólo 28 años, Fritz Henkel y dos socios fundan, en Aquisgrán, la empresa Henkel & Cie. Su objetivo era crear un detergente más eficaz para la ropa con un nuevo método de lavado. En aquel entonces, esta tarea era un gran esfuerzo físico para las mujeres y, además, las prendas estaban expuestas a una enorme tensión por el proceso de lavado manual. Su primer producto, "*Universal-Waschmittel*" (detergente universal), no tuvo el éxito deseado. Así que siguieron mejorando su tecnología y, sólo dos años después, lanzaron "*Henkel's Bleich-Soda*", el primer producto de éxito. Con ello, Fritz Henkel sienta las bases de la corporación, que hoy tiene unas ventas totales de más de 20,000 millones de euros y emplea alrededor de 50,000 personas a nivel mundial.

En 1879, cuando sus dos socios se retiraron del negocio, Fritz Henkel asumió el liderazgo exclusivo. Debido al crecimiento constante, buscó un local más grande y con mejores posibilidades de expansión, adicional a conexión con la red ferroviaria y con el río Rin. Éste lo encontró en Düsseldorf-Holthausen, donde comenzó la producción, junto con unos 80 colaboradores, el 9 de marzo de 1900. Le siguen las primeras sucursales internacionales en Austria y Suiza.

Marca icónica Persil

En 1907, se lanzó "Persil": el primer detergente de acción automática del mundo que facilitó la actividad manual y revolucionó así, la vida cotidiana de muchas personas. Pronto y hasta en la actualidad, la firma es el líder alemán de detergentes para la ropa. En los comercios de la época, los productos Henkel eran siempre una especialidad: se envasaban en sobres estandarizados con un alto valor de reconocimiento y se vendían a un precio fijo. En dicha década, el llevar una marca al mercado con una promesa de calidad fiable era algo nuevo.

Tras el final de la Primera Guerra Mundial y la posterior ocupación del Ruhr, la escasez de adhesivos para el envasado de detergentes era inminente. Anticipándose a esto, internamente se inició con la fabricación de adhesivos, inicialmente sólo para pegar el empaque de sus propios productos. Sin embargo, Fritz Henkel vio una oportunidad para una nueva área de negocio. 365 días más tarde, hace exactamente 100 años, los adhesivos Henkel se vendieron por primera vez a otros sectores. Ahora, Henkel es el líder mundial en la industria de adhesivos y selladores.

Además de sus innovadoras ideas de negocio y de producto, Fritz Henkel adoptó un nuevo enfoque de la publicidad, optando por métodos creativos. Entre ellos, los grandes relojes Persil, que todavía pueden verse en muchas ciudades alemanas, o los hombres vestidos de blanco que llevaban sombrillas de la marca mientras paseaban por las calles comerciales. Incluso, el cielo se utilizaba para la publicidad; es decir, enormes focos proyectaban las letras de Persil en la oscuridad, y los aviones escribían el nombre del producto en el cielo con humo blanco. A partir de 1922, "la Dama de Blanco" se convirtió en la figura publicitaria icónica del detergente, quien acompañó a Henkel durante muchas décadas.

Responsabilidad con los colaboradores

Durante el 50 aniversario de la compañía, en 1926, Fritz Henkel dijo: "Lo mejor que se logró con mi trabajo no surgió de mis pensamientos, sino de la colaboración de mis empleados". Esto demuestra su moderna comprensión de la importancia de los mismos para el éxito de la empresa. Los beneficios sociales, por ejemplo, se ofrecían a su personal en una fase muy temprana, mucho antes de que se establecieran como norma. Entre ellas figuraban: fondos de pensiones, el despliegue de una enfermera a tiempo completo en el puesto de primeros auxilios y atención maternal e infantil para apoyar a los padres. Igualmente, se involucraba con el público en general, así como en las comunidades y ciudades en las que vivió y trabajó.

Junto con su esposa Elisabeth, Fritz Henkel tuvo tres hijos: Fritz Junior, Hugo y Emmy. En su testamento, determinó que Fritz Junior y Hugo recibirían el 40% de los fondos de capital cada uno. Por su parte, Emmy heredaría el 20%. En aquel tiempo, considerar a la hija fue una decisión progresista. Tras la repentina muerte de Fritz hijo y, poco después, de Fritz Henkel en 1930, el Dr. Hugo Henkel asumió la dirección. En 1980, la familia tomó la decisión de retirarse de la dirección operativa y ceder la presidencia del Consejo de Administración Central al Dr. Helmut Sihler; empero, hasta el día de hoy, los descendientes de los tres hijos, divididos en las ramas familiares "Fritz", "Hugo" y "Emmy", cuentan con la mayoría de las acciones ordinarias de la empresa.

Acerca de Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones de liderazgo en el mercado industrial y de consumo en el mundo. La unidad de negocio Adhesive Technologies es líder mundial en el mercado de adhesivos, selladores y recubrimientos funcionales. La unidad de negocio Consumer Brands ocupa posiciones de liderazgo en muchos mercados y categorías de todo el mundo, especialmente en las áreas de Detergentes y Cuidado del Hogar y Cabello. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2022, Henkel registró ventas de 22,400 millones de euros y un margen operativo ajustado de unos 2,700 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sustentabilidad tiene una larga tradición en Henkel, y una clara estrategia de con objetivos concretos. Henkel se fundó en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de más de 50,000 personas en todo el mundo, unidas por una sólida cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "*Pioneers at heart for the good of generations*" (pioneros de corazón por el bien de las generaciones). Más información en www.henkel.com



Acerca de Henkel en México

Henkel tiene más de 64 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; además de Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies) y Consumer Brands (integrada por el área de cuidado personal y del cabello, así como detergentes y cuidado del hogar). Hablando de México, las ventas de 2022 fueron de más de 862.71 millones de euros, lo que equivale a más de 18,278 millones de pesos y cuenta con alrededor de 3,400 empleados, distribuidos entre su oficina corporativa en Interlomas, una Planta en Monterrey, Irapuato, Salamanca y Santiago, dos en Toluca y tres en Guadalajara, un Centro de Distribución en Toluca, Tlalnepantla y Guadalajara, un Centro Especializado en Vallejo, una oficina de ventas en Monterrey y una Academia. Para más información, visite www.henkel.mx.

Henkel en México:

Contacto: Cristina Jiménez

E-mail: cristina.jimenez@henkel.com

Contacto: Cynthia Rios

E-mail: cynthia.rios@henkel.com

Burson Cohn & Wolfe:

Contacto: Sheila Sánchez

E-mail: sheila.sanchez@bcw-global.com

Contacto: Andrea Balleza

E-mail: andrea.balleza@bcw-global.com