

HENKEL

LA SOSTENIBILIDAD DE UN VISTAZO

2023



ÍNDICE

- 2 Transformación para bien
- 4 Quiénes somos hoy
- 6 Contribuciones a los ODS
- 8 Nuestra estrategia de sostenibilidad con sus objetivos y ambiciones
- 10 Planeta Regenerativo
- 16 Comunidades Prósperas
- 22 Socio de confianza

TRANSFORMACIÓN PARA BIEN

Nuestro objeto social define el denominador común que compartimos todos en *Henkel: Pioneers at heart for the good of generations*. Con nuestro espíritu innovador, nuestros conocimientos, nuestros productos y tecnologías, queremos enriquecer y mejorar la vida de los demás cada día y dar forma a un futuro viable para las próximas generaciones.

Nuestro Marco de Ambición de Sostenibilidad 2030+ sienta las bases de nuestra estrategia global de sostenibilidad, con aspiraciones y objetivos claros que deseamos alcanzar en esta década.

Mirar al futuro y compartir la voluntad de marcar la diferencia para las generaciones futuras es lo que nos impulsa y lo que nos ha ayudado a integrar aún más la sostenibilidad en nuestro negocio durante el año 2023.



“El mundo que nos rodea no se detiene, y nuestro Marco de Ambición de Sostenibilidad 2030+ sigue poniendo unos sólidos cimientos para hacer frente a los importantes retos económicos, medioambientales y sociales en 2023”

SYLVIE NICOL

Miembro del Consejo de Administración
Personal/Infraestructura/Sostenibilidad



QUIÉNES SOMOS HOY: **HENKEL DE UN VISTAZO**

DOS
UNIDADES DE NEGOCIO

**ADHESIVE
TECHNOLOGIES
Y CONSUMER
BRANDS**

NUESTRAS MARCAS
PRINCIPALES

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil

ÉXITO CON MARCAS Y
TECNOLOGÍAS
DURANTE

147
AÑOS



47.750
empleados

124
países

161

CENTROS DE PRODUCCIÓN
EN TODO EL MUNDO

21.500 M€
VENTAS

CON SEDE CENTRAL EN

Düsseldorf

55

NÚMERO DE PAÍSES EN LOS
QUE OPERAMOS



UNA LARGA TRAYECTORIA



1903

PRIMER CHAMPÚ EN POLVO HIDROSOLUBLE

El primer champú en polvo soluble en agua, el “champú de la cabeza negra” (Schwarzkopf), ofrece una alternativa sencilla y económica a los jabones y aceites ásperos.



1907

PRIMER DETERGENTE DE ACCIÓN AUTOMÁTICA

Persil, el primer detergente de acción automática del mundo, elimina la necesidad de frotar la ropa a mano.

1940

PRIMERA ESCUELA INFANTIL HENKEL PARA LOS HIJOS DE EMPLEADOS

Henkel inaugura su primera escuela infantil para hijos de empleados en Düsseldorf-Holthausen.



1959

HENKEL COMIENZA A CONTROLAR LA CALIDAD DEL AGUA DEL RIN

Henkel lleva realizando controles periódicos de la calidad medioambiental relacionados con detergentes y limpiadores domésticos desde 1959.

1969

PRIMER PEGAMENTO DEL MUNDO EN BARRA

Henkel inventa la barra de pegamento y utiliza un envase basado en el mecanismo giratorio típico de los pintalabios.



1992

PUBLICACIÓN DEL PRIMER INFORME MEDIOAMBIENTAL

Henkel publica su primer informe medioambiental, que hemos ido desarrollando y perfeccionando hasta convertirlo en el Informe de Sostenibilidad actual.

CONTRIBUCIONES A LOS ODS

En Henkel, apoyamos activamente los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de las Naciones Unidas.

Consideramos que proporcionan un planteamiento común que potenciará la colaboración y fomentará el avance hacia la sostenibilidad. El consumo sostenible, los embalajes y plásticos, la lucha contra el cambio climático, el agua, la naturaleza, los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la educación son temas importantes para nuestro trabajo.

A continuación, mostramos algunos ejemplos de cómo contribuimos a que se alcancen los **ODS**.



COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL CLIMA

Ante la urgente necesidad de reducir las emisiones de CO₂, aspiramos a que nuestra producción se convierta en positiva para el clima de aquí a 2030 y a avanzar en otros ámbitos relevantes de nuestra cadena de valor. Mientras tanto, tenemos previsto reducir la huella de carbono de nuestra producción en un 65 % para el año 2025. También queremos conseguir el 100 % de nuestra electricidad de fuentes renovables en 2030. Además, queremos aprovechar nuestras marcas y tecnologías para ayudar a nuestros clientes, consumidores y proveedores a ahorrar 100 millones de toneladas métricas de CO₂ entre 2016 y 2025.



FOMENTO DEL CONSUMO SOSTENIBLE

Apoyamos el objetivo de fomentar un consumo sostenible y eficiente de los recursos. Nuestros productos y tecnologías son clave para ello porque se utilizan a diario en millones de hogares y procesos industriales. Nos centramos en desarrollar productos que permitan hacer un uso eficiente de los recursos en el día a día. También nos esforzamos por fomentar el uso responsable de nuestros productos mediante comunicaciones específicas, y este es un aspecto importante porque la huella ambiental de muchos de ellos se produce cuando se utilizan.



SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS RESIDUOS EN EL MEDIOAMBIENTE

Como parte de nuestro compromiso por lograr una economía circular sostenible y evitar que los residuos plásticos lleguen al medio ambiente, hemos lanzado Trashfighter, una iniciativa global por la que los empleados de Henkel participan en actividades de limpieza de residuos colaborando en iniciativas internacionales de protección medioambiental sin ánimo de lucro. Estas actuaciones se centran en las orillas de los ríos y también en otras áreas públicas, y tienen como objetivo sensibilizar sobre la existencia de residuos en el medio ambiente y el valor del reciclaje.



PROMOCIÓN DEL ACCESO A UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD

Nuestro objetivo es promover el acceso a una educación de calidad y aumentar el número de jóvenes y adultos con capacidades y destrezas relevantes. La iniciativa Schwarzkopf Million Chances ayuda a mujeres y niñas a sentar las bases para un futuro próspero. El proyecto Shaping Futures lleva ya años ofreciendo a los jóvenes la oportunidad de adquirir formación profesional en técnicas básicas de peluquería. Como patrocinador principal de Teach First Deutschland, también apoyamos el compromiso de graduados universitarios que trabajan como profesores auxiliares en escuelas de comunidades desfavorecidas y zonas socialmente marginadas.



FOMENTO DEL ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE



Como parte de nuestra responsabilidad, nos hemos puesto el objetivo de apoyar prácticas sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor en el sector del aceite de palma. Al apoyar el aceite de palma (y palmiste) sostenible, contribuimos a la gestión sostenible de los bosques y así evitamos la deforestación. Nuestro enfoque se basa en la colaboración con representantes de todo el sector. Pretendemos aumentar la disponibilidad de aceite de palma y palmiste sostenible en el mercado, por ejemplo, mediante proyectos de colaboración que permitan a los pequeños agricultores certificar sus cultivos como sostenibles, aumentar la productividad y mejorar sus condiciones de vida.



NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD CON OBJETIVOS Y AMBICIONES CONCRETOS

Con el **Marco de Ambición de Sostenibilidad 2030+** nos hemos impuesto la elevada aspiración de lograr un “impacto transformador para el bien de las generaciones”. Este enfoque integra las tres dimensiones ESG en nuestra visión de la sostenibilidad y define nuestras áreas principales de interés: **Planeta Regenerativo**, **Comunidades Prósperas** y **Socio de Confianza**.

Esta estrategia de sostenibilidad refleja el compromiso de nuestra empresa con el “**Purposeful Growth**”. Impulsaremos activamente la transformación hacia una economía y una sociedad sostenibles, ayudaremos a proteger y regenerar la naturaleza, contribuiremos a crear comunidades fuertes y reforzaremos la confianza de nuestros grupos de interés.

Las prácticas empresariales sostenibles llevan décadas formando parte de nuestra **cultura corporativa** y son un elemento básico de nuestra visión de futuro. Con este último paso, trabajaremos en medidas y proyectos que ofrezcan avances prácticos y logren un impacto transformador para el bien de las generaciones.

MARCO DE AMBICIÓN DE SOSTENIBILIDAD **2030+**

NUESTRO OBJETIVO
Pioneers at heart for the good of generations.

IMPACTO TRANSFORMADOR PARA EL BIEN DE LAS GENERACIONES



PLANETA REGENERATIVO

Nos esforzamos por lograr una economía circular, un futuro neutro para el clima y la regeneración de la naturaleza.



CLIMA

Convertirnos en una empresa de clima neutro descarbonizando nuestras operaciones y materias primas.



CIRCULARIDAD

Fomentar la circularidad a través de nuestros productos, envases y tecnologías.



NATURALEZA

Proteger y restaurar la biodiversidad centrándonos en los bosques, la tierra y el agua, y asegurar la gestión responsable de los recursos.



COMUNIDADES PRÓSPERAS

Contribuimos activamente a que las personas puedan llevar una vida mejor a través de nuestros negocios y marcas.



EQUIDAD

Reforzar la diversidad, la equidad y la inclusión, respetar los derechos humanos y mejorar los medios de vida de las personas.



EDUCACIÓN

Apoyar el aprendizaje y la educación continuos, motivando a las personas para que actúen en favor de la sostenibilidad.



BIENESTAR

Fomentar la salud y el bienestar y ayudar a impulsar el progreso social.



SOCIO DE CONFIANZA

Nos comprometemos a ofrecer productos seguros y de calidad mientras aseguramos el éxito de nuestras actividades con integridad.



RENDIMIENTO

Ofrecer de forma fiable el mejor rendimiento de producto y seguridad como base de nuestro éxito empresarial.



TRANSPARENCIA

Integrar la sostenibilidad en nuestra gobernanza con informes, publicaciones y compromisos transparentes.



COLABORACIÓN

Aumentar el impacto de la sostenibilidad con nuestros socios, dando lugar a prácticas empresariales responsables en nuestras cadenas de suministro.

PRODUCTOS

PERSONAS

ALIANZAS

PLANETA REGENERATIVO

Estamos en un viaje hacia la transformación medioambiental de nuestro modelo de negocio. Para lograr esta aspiración, nos proponemos transformar nuestros procesos, productos y uso de materias primas en dirección a un futuro eficiente en cuanto a recursos y neutro en cuanto al clima. Nos centramos en las medidas de mitigación del cambio climático, en una economía circular funcional y en la protección de la naturaleza y la biodiversidad.





CLIMA

Convertirnos en una empresa de clima neutro descarbonizando nuestras operaciones y materias primas.



CIRCULARIDAD

Fomentar la circularidad a través de nuestros productos, envases y tecnologías.



NATURALEZA

Proteger y restaurar la biodiversidad centrándonos en los bosques, la tierra y el agua, y asegurar la gestión responsable de los recursos.

OBJETIVOS Y AMBICIONES

-65%

EMISIONES DE CO₂ DE NUESTRA PRODUCCIÓN POR TONELADA DE PRODUCTO (FRENTE A 2010)²

100%

del embalaje diseñado para poder reciclarse¹ o reutilizarse²

USO CIRCULAR DE LOS RESIDUOS DE PRODUCCIÓN³



100%

de nuestra electricidad procede de fuentes renovables³

-35%

CONSUMO DE AGUA POR TONELADA DE PRODUCTO (FRENTE A 2010)²

USO CIRCULAR DEL AGUA EN LOS PRINCIPALES CENTROS DE PRODUCCIÓN³

-50%

residuos de producción por tonelada de producto (frente a 2010)²

-100 m

toneladas de CO₂ con clientes, consumidores y proveedores (2016–2025)



100%

El aceite de palma y palmiste que tiene su responsable abastecimiento certificado o confirmado externamente²

>30%

porcentaje de plástico reciclado de todos los embalajes de nuestros productos de bienes de consumo²

¹ Excluidos los productos cuyos ingredientes o residuos puedan afectar su reciclabilidad o contaminar los flujos de reciclaje

² para 2025

³ para 2030

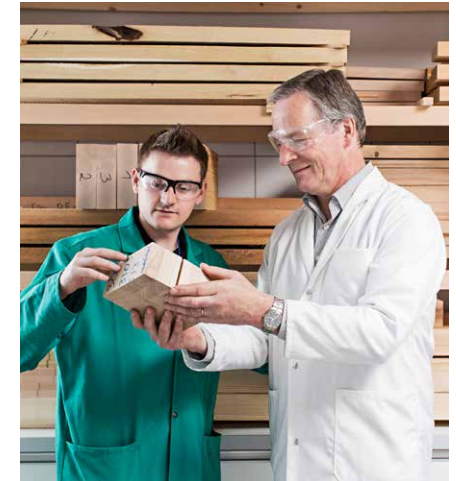
CLIMA

El cambio climático es uno de los principales retos de la actualidad. Estamos comprometidos con el objetivo de 1,5 grados del Acuerdo de París sobre el cambio climático. En Henkel, nos esforzamos constantemente por reducir la huella de carbono de nuestras actividades de producción, y desarrollamos productos y tecnologías que generen menos emisiones al usarse.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 35

EXPANSIÓN DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES

Hemos dado un paso más hacia nuestro objetivo de lograr una producción con un balance climático positivo para 2030 con la expansión continua de las energías renovables. Henkel ha convertido otros 14 centros para que sus procesos de producción sean neutros en emisiones de CO₂ ya en 2023. Además, hemos aumentado el porcentaje de la electricidad que compramos procedente de fuentes renovables hasta el 89 %.



USO INTELIGENTE DE LOS MATERIALES

Nuestras soluciones en adhesivos facilitan una sustitución sostenible de materiales que producen importantes emisiones. Por ejemplo, nuestra marca Loctite ha desarrollado los primeros adhesivos de poliuretano biológicos para componentes de madera que soportan carga.

Las nuevas referencias de Loctite, HB S ECO y CR 821 ECO hacen que resulte más sostenible el uso de madera maciza. Ambos productos emiten más de un 60 % menos de emisiones de CO₂ que sus antecesores según un análisis hasta el final de su proceso de fabricación.

CIRCULARIDAD

Desvincular el crecimiento económico del consumo de recursos naturales y fósiles finitos y desarrollar una economía circular son enfoques clave para la creación de valor sostenible. Apoyamos la transición a una economía circular e integramos la circularidad en nuestros centros de producción, y trabajamos en ello con socios en toda la cadena de valor.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 48

LOS ENVASES DE DIAL EN NORTEAMÉRICA ESTÁN HECHOS AL 100 % DE PLÁSTICO RECICLADO

Para celebrar el 75.º aniversario de Dial, la marca ha renovado su gama de productos centrándose en el uso de embalajes sostenibles. El nuevo diseño del envase contiene un 100 % de PCR en la botella, y un 25 % de plástico virgen en el tapón, que también se ha rediseñado. Es totalmente reciclable y cuenta con una etiqueta de How2Recycle en el embalaje para fomentar su eliminación responsable.



100 % DE CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS DE PRODUCCIÓN

El centro de Dammam, Arabia Saudí, ha logrado una economía totalmente circular para los residuos de sus procesos de producción al establecer un uso en bucle cerrado del 100 % de los elementos dañados o descartados. Con este nuevo sistema en bucle cerrado, los desechos de producción se trituran y homogeneizan cuidadosamente para garantizar la pureza, uniformidad y calidad del material obtenido tras el proceso de reciclaje.



El aumento de la población y la aceleración de la actividad económica están ejerciendo una presión cada vez mayor sobre los ecosistemas de nuestro planeta.

Estamos comprometidos con la protección y restauración de la biodiversidad, prestando especial atención a los bosques, la tierra y el agua.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 59

It starts with **us.**

INICIATIVA “IT STARTS WITH US”

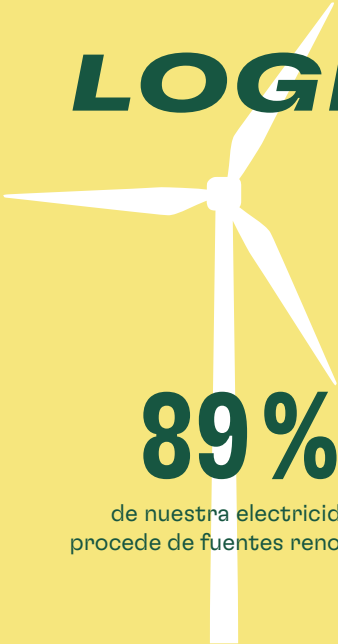
Usando comunicaciones dirigidas a un público objetivo, nos esforzamos por fomentar conductas responsables al usar nuestros productos. Nuestra unidad de negocio Consumer Brands ha lanzado la iniciativa “It starts with us” (Comienza con nosotros). Con unos simples cambios en su conducta diaria, los consumidores pueden usar nuestros productos de un modo más sostenible y eficiente en cuanto a los recursos, por ejemplo, usando el programa ECO de la lavadora.

INGREDIENTES SOSTENIBLES

Nos hemos puesto el objetivo de sustituir las materias primas de origen fósil por materiales producidos con biomasa. En 2023, lanzamos la gama de productos Technomelt DM ECO para la fabricación de pañales y productos sanitarios en el mercado europeo. Esta nueva solución está compuesta en más del 50 % por productos biológicos.



LOGROS DEL 2023



89%

de nuestra electricidad
procede de fuentes renovables

>89 millones de toneladas

de CO₂ ahorrados junto con nuestros clientes, consumidores y proveedores (2016-2023)



14 centros convertidos a procesos de producción neutros en emisiones de CO₂



de consumo de agua por tonelada de producto (frente a 2010)

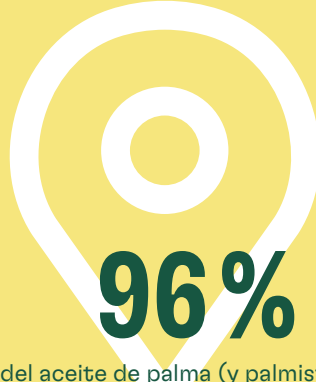
-61%

de emisiones de CO₂ de nuestra producción por tonelada de producto (frente a 2010)



19%

porcentaje de plástico reciclado



del aceite de palma (y palmiste) con abastecimiento responsable certificado o confirmado externamente

87%

del embalaje está diseñado para poder reciclarse o reutilizarse

82%

de los centros de producción no envía residuos de producción a los vertederos

COMUNIDADES PRÓSPERAS

Hacemos todo lo posible para ayudar a la gente a vivir mejor. Nuestra responsabilidad social es promover la equidad, reforzar la diversidad y respetar los derechos humanos. Ofrecemos a nuestros empleados oportunidades de formación continua y un entorno de trabajo atractivo y saludable. Abogamos por el progreso social y el acceso a la educación en todo el mundo, y prestamos ayuda en situaciones de emergencia.





EQUIDAD

Reforzar la diversidad, la equidad y la inclusión, respetar los derechos humanos y mejorar los medios de vida de las personas.



EDUCACIÓN

Apoyar el aprendizaje y la educación continuos, motivando a las personas para que actúen en favor de la sostenibilidad.



BIENESTAR

Fomentar la salud y el bienestar y ayudar a impulsar el progreso social.

OBJETIVOS Y AMBICIONES

Dar forma al

FUTURO DEL TRABAJO

para nuestra empresa y sus empleados

+60%

más seguro por millón de horas trabajadas (frente a 2010)¹



¹ para 2025



MEJORAR EL NIVEL DE VIDA

de pequeños agricultores y protección de la naturaleza



PARIDAD DE GÉNERO

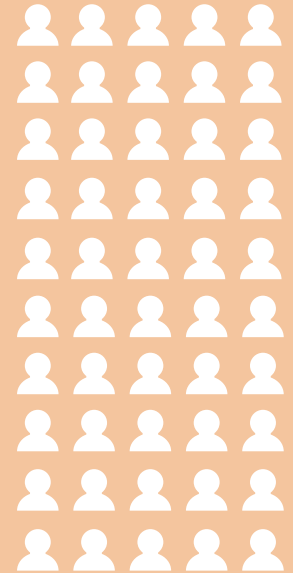
en todos los niveles directivos¹



Ampliación de nuestros

PROGRAMAS DE EDUCACIÓN

comunitaria y voluntariado



IMPLICAR Y CAPACITAR

a todos los empleados para que actúen a favor de la sostenibilidad

EQUIDAD

Creemos que la diversidad tiene una gran fuerza y que todo el mundo merece sentirse valorado.

Nos comprometemos a respetar los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor. Y esto comienza con la transformación de nuestra cultura corporativa y mentalidad.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 72.



INICIATIVA “ACCELERATE CULTURAL TRANSFORMATION” (ACT)

Con esta iniciativa global, estamos llevando nuestra cultura al siguiente nivel. En junio de 2023 llegamos a más de 11 000 empleados de ocho centros regionales. Gracias a esta iniciativa, nuestros equipos han disfrutado de “momentos de equipo” individuales en los que reflexionar sobre nuestro objeto social y nuestros Compromisos de liderazgo. ACT fomenta el diálogo entre los equipos y acelera nuestra transformación cultural.

BAJA PARENTAL RETRIBUIDA PARA TODOS

En 2023, Henkel publicó sus directrices globales sobre bajas parentales retribuidas (independientemente del género) que entrarán en vigor en 2024. Esto significa que ambos progenitores gozarán de flexibilidad para disfrutar de su baja parental retribuida. Con esta nueva política, Henkel demuestra su compromiso con la diversidad al proporcionar un acceso coherente e igualitario a ofertas tales como la baja parental y servicios para el cuidado de hijos en todo el mundo.



La educación es una de las herramientas más poderosas que existen para propiciar cambios positivos. Nos centramos en programas innovadores que adoptan un planteamiento integral y comprometido con el aprendizaje, y que hacen especial hincapié en los conocimientos, las habilidades y la mentalidad. Este enfoque del aprendizaje comienza con nuestros empleados, pero también se extiende a nuestros clientes y a las comunidades en las que operamos.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 84

COMPROMISO SOCIAL

En 2023 celebramos el 25.º aniversario de nuestra iniciativa de voluntariado MIT, que lleva apoyando a nuestros empleados en compromisos sociales voluntarios desde 1998. Cabe poner de relieve el lanzamiento del programa Volunteers at Heart, que brindó a cinco empleados la oportunidad de prestar su apoyo a una organización durante un mes en función de sus habilidades personales.



ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

En 2023 ampliamos con éxito nuestro programa Sustainability at Heart para la formación adicional de nuestros empleados en el área de la sostenibilidad. Ya han participado más de 10 000 empleados en la formación Sustainability Pioneer, disponible en seis idiomas y que también se ha preparado en un formato de formación para nuestros empleados de producción. Además, hemos presentado nuevos programas formativos, tales como el Sustainability Incubator Lab.

BIENESTAR

Diversos sucesos ocurridos a nivel global, como la pandemia del COVID-19, han subrayado la necesidad de que nos replanteemos qué es el bienestar, incluso en el lugar de trabajo. El bienestar se contempla cada vez más desde una perspectiva integral según la cual los aspectos físicos, mentales y sociales están intrínsecamente relacionados. Así es también como lo entendemos en Henkel.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 92

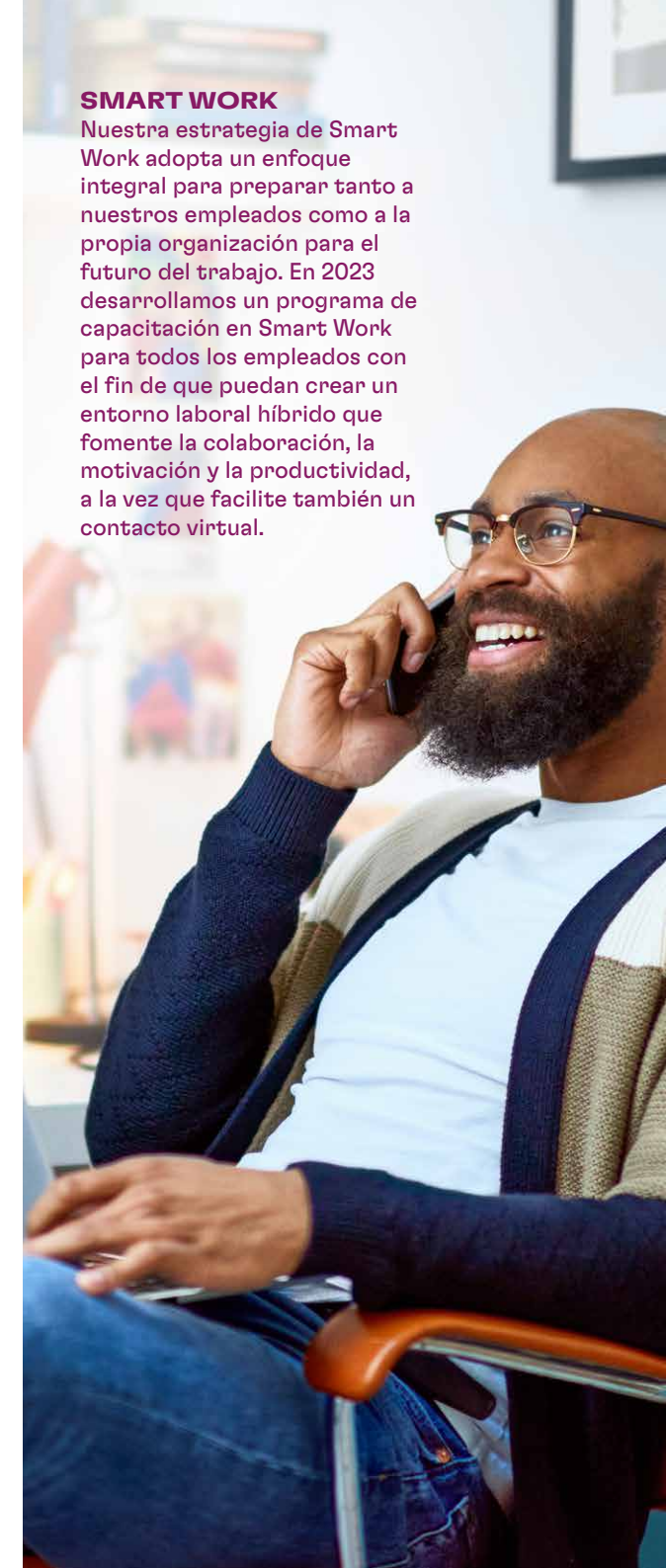
HEALTH SCOUTS

Todos los años formamos a empleados como exploradores de la salud, o Health Scouts, para que se conviertan en embajadores de la salud y el bienestar integrando cada año un nuevo tema relacionado. En 2023, 3 000 empleados completaron los cursos de Nutri-Scout. Nuestra campaña “Eat Smart-Take Part” se centró en la alimentación saludable y llegó al 94 % de los empleados de Henkel.



SMART WORK

Nuestra estrategia de Smart Work adopta un enfoque integral para preparar tanto a nuestros empleados como a la propia organización para el futuro del trabajo. En 2023 desarrollamos un programa de capacitación en Smart Work para todos los empleados con el fin de que puedan crear un entorno laboral híbrido que fomente la colaboración, la motivación y la productividad, a la vez que facilite también un contacto virtual.



LOGROS DEL 2023



“La seguridad está en nuestro ADN”

fue nuestro eslogan para el Día Mundial de la Seguridad

>500 días de “tiempo libre del trabajo”

se otorgaron por todo el mundo para actividades de voluntariado

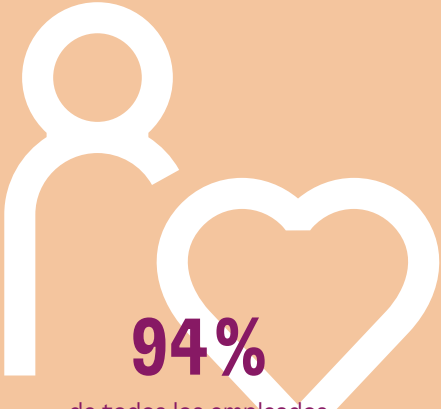


>10.000

empleados participaron en la formación *Sustainability Pioneer*

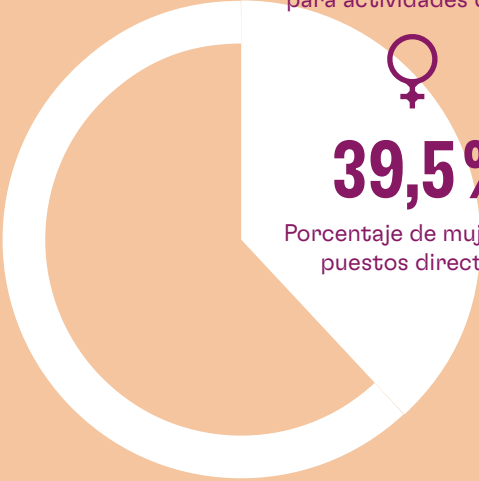
>2.000

proyectos apoyados como parte de nuestro compromiso social



94%

de todos los empleados de Henkel por todo el mundo han recibido las campañas de salud



39,5%

Porcentaje de mujeres en puestos directivos

>10.000

cursos de formación de Health Scouts completados sobre ergonomía, salud mental y nutrición

Henkel ha sido reconocida como un *Líder en Diversidad 2024* por Statista y *Financial Times*

Accelerate Cultural Transformation

(ACT) introducida como iniciativa global

SOCIO DE CONFIANZA

Nos basamos en nuestra cultura empresarial orientada a los valores y en nuestros conocimientos científicos y tecnológicos para reforzar nuestro rendimiento manteniendo nuestra integridad. Ofrecemos a nuestros clientes y consumidores productos y soluciones tecnológicas seguros y de la máxima calidad. Integramos la sostenibilidad en nuestra cartera y en nuestros procesos empresariales, e informamos de ello con transparencia a nuestros grupos de interés.





RENDIMIENTO

Ofrecer de forma fiable el mejor rendimiento de producto y seguridad como base de nuestro éxito empresarial.



TRANSPARENCIA

Integrar la sostenibilidad en nuestra gobernanza con informes, publicaciones y compromisos transparentes.



COLABORACIÓN

Aumentar el impacto de la sostenibilidad con nuestros socios, dando lugar a prácticas empresariales responsables en nuestras cadenas de suministro.

OBJETIVOS Y AMBICIONES



CADA NUEVO PRODUCTO

contribuye a la sostenibilidad

100%

de transparencia y trazabilidad del aceite de palma



100%

abastecimiento responsable, junto con nuestros socios



Proporcionamos a nuestros clientes y consumidores un

COMPLETO PERFIL DE SOSTENIBILIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS¹

3x

MÁS EFICIENTE²
(frente a 2010)

¹ para 2025
² para 2030

RENDIMIENTO

Nuestro dilatado historial de éxitos ha sido posible gracias a que hemos creado productos que son los mejores y además son seguros. Así es como hemos conseguido la confianza de nuestros clientes y consumidores, y seguimos ganándonos sistemáticamente dicha confianza creando innovaciones seguras y sostenibles.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 100



PRODUCTOS INNOVADORES

Henkel y CCL, un fabricante internacional de envases especiales, recibieron el premio AWA Sleeve Label Award en 2023 por el diseño sostenible de la botella de suavizante de marcas como Vernel. Para mejorar la reciclabilidad de las botellas de PET empleadas para sus suavizantes en Europa, Henkel usa la innovadora tecnología de fundas EcoFloat®, que se basa en un material de poliolefina flotante.

LOS MÁS ELEVADOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD

Nos aseguramos de que los clientes y consumidores puedan confiar en la seguridad de nuestra gama de productos. Realizamos numerosas pruebas y revisamos sistemáticamente los últimos descubrimientos científicos para garantizar los más elevados estándares de seguridad para las personas y el medio ambiente. Además, apoyamos la salud y la seguridad en toda la cadena de valor. El adhesivo instantáneo, de larga duración y resistente a altas temperaturas Loctite® 402 puede utilizarse con un amplio abanico de sustratos y ofrece una mayor seguridad y salud laboral gracias a su nueva fórmula patentada.

TRANSPARENCIA

La comunicación franca y abierta es la clave para unas relaciones basadas en la confianza. En Henkel, estamos comprometidos con la transparencia de la información y con el diálogo constructivo con nuestros grupos de interés para proporcionar claridad sobre cómo integramos la sostenibilidad en nuestro negocio.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 108



TRANSPARENCIA DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

En 2023 logramos mantener la ratio de trazabilidad hasta la prensa de los ingredientes con base de palma en el 89 % y aumentamos la ratio de trazabilidad hasta la plantación al 52 % mediante un estudio de transparencia con el apoyo de una consultora de sostenibilidad ¹. Además, hemos aunado esfuerzos con distintos socios pioneros para mejorar la trazabilidad y la transparencia del sector del aceite de palma.

¹ Este estudio se llevó a cabo en 2023 y se basa en los datos de proveedores de 2022.

EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO

Nuestro objetivo es cuantificar la transformación sostenible de nuestra cartera de productos. Nuestra unidad de negocio Adhesive Technologies ha publicado los resultados auditados de la evaluación de sostenibilidad de su cartera de productos de 2023. La unidad de negocio Consumer Brands está trabajando en un proceso de evaluación de la sostenibilidad similar para su cartera de bienes de consumo.



COLABORACIÓN

Hemos aunado esfuerzos con socios de toda la cadena de valor para maximizar el impacto de nuestras actividades de sostenibilidad. Ya llevamos años participando en un diálogo franco sobre temas como innovaciones eficientes en cuanto a recursos, cadenas de suministro responsables y transformación sostenible.

🔗 Encontrará más información en nuestro Informe de sostenibilidad de 2023, página 121

SOSTENIBILIDAD DENTRO DE LA CADENA DE VALOR

Como miembro fundador de la iniciativa de la industria Together for Sustainability (TfS), Henkel ha contribuido al desarrollo de una directriz sobre la Huella de Carbono de Producto (PCF) con la que los proveedores y las empresas pueden calcular conjuntamente su huella de carbono. Esto favorece sus esfuerzos por contribuir a la descarbonización de la industria química. En 2023 TfS puso en marcha una plataforma informática en la que las empresas y proveedores pueden compartir su PCF con el resto de la cadena.



Solidaridad



MÁS ALLÁ DE LA CADENA DE VALOR

Se han creado nuevas asociaciones más allá de la cadena de valor con la Circular Valley Foundation para fomentar la economía circular en Alemania, así como con MedTech Europe para apoyar innovaciones sostenibles en tecnología médica. También nos hemos asociado con el International Aerospace Environmental Group (IAEG), una plataforma de soluciones innovadoras para el sector aeroespacial.

LOGROS DEL 2023

580

millones de euros para investigación y desarrollo

Alrededor de

2.750

empleados en investigación y desarrollo

En 2023 volvimos a lograr excelentes resultados en calificaciones de ESG, incluidas las de *Sustainalytics* y *EcoVadis* que colocaron a Henkel en el 1% superior de las compañías evaluadas.



En torno al

97%

de nuestro volumen de compras¹ queda cubierto por nuestro Proceso de Abastecimiento Responsable



89%

TRAZABILIDAD DEL ACEITE DE PALMA (Y DE PALMISTE) HASTA LA PRENSA²



Unas

17.900

evaluaciones y auditorías de TFS

¹ En las áreas de embalaje, materias primas y producción por contrato.
² El estudio se llevó a cabo en 2023 y se basaba en los datos de proveedores de 2022.

MÁS INFORMACIÓN SOBRE HENKEL

Nuestra página web:

www.henkel.es

Nuestras publicaciones financieras:

www.henkel.es/prensa-y-comunicacion

Nuestras publicaciones sobre sostenibilidad:

www.henkel.es/sostenibilidad

REDES SOCIALES



www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkeliberica

www.facebook.com/henkel

www.twitter.com/henkeliberica

www.youtube.com/henkel

ESPACIO DE ACTUALIDAD

Encontrará más historias, entrevistas a expertos, amplios reportajes y artículos de firmas invitadas en nuestra revista digital, Spotlight:

www.henkel.es/actualidad

“Fritz for Future” es el podcast de Henkel sobre sostenibilidad, en el que nos reunimos con expertos que nos explican cómo se puede hacer negocios, crear y pensar de forma sostenible.



www.henkel.de/spotlight/fritz-for-future

CRÉDITOS

Publicado por

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Alemania
Teléfono: +49 (0) 211-797-0
© 2024 Henkel AG & Co. KGaA

Diseño y maquetación

RYZE Digital
www.ryze-digital.de

Fotografía

Getty Images: 10'000 Hours, D3sign, Eva-Katalin, RossHelen, Ippei Naoi, Spoooh, Tetra images RF; Shutterstock: Bisams, petrmlinak, raditya, SaiArLawKa2; Henkel; Solidaridad

Servicios de revisión

Matthew Shoemith, Revelation, Hilden

PR No.: 03 24 0

Salvo que se indique lo contrario, todas las marcas utilizadas en esta publicación son marcas registradas y/o marcas comerciales registradas del Grupo Henkel en Alemania y en otros lugares.

TRABAJE CON HENKEL

La sección de carreras profesionales de nuestra página web proporciona toda la información que necesita sobre lo que conlleva trabajar para Henkel, los apasionantes puestos de trabajo que ofrecemos y cómo solicitarlos.

Encontrará más información en:

www.henkel.es/carreras

CONTACTOS

Sostenibilidad corporativa

Email: sustainability@henkel.com