



HITOS DE HENKEL

20
24



ÍNDICE

- 2** Sobre Henkel
- 4** Henkel 2024
- 6** Moldeando nuestro futuro
- 8** Nuestra estrategia de sostenibilidad
- 10** Principales datos financieros
- 12** Adhesive Technologies
- 16** Consumer Brands
- 20** Clima
- 22** Socio de confianza
- 25** Finanzas sostenibles
- 26** Nuestra gente
- 28** Comunidades prósperas

SOBRE HENKEL

Fritz Henkel fundó nuestra empresa en 1876. Actualmente nuestras unidades de negocio (Adhesive Technologies y Consumer Brands) gozan de posiciones de liderazgo tanto en el sector industrial como en el de bienes de consumo. Los productos y tecnologías que comercializamos con nuestras potentes marcas, como Loctite, Schwarzkopf y Persil, forman una parte esencial de la vida diaria de los ciudadanos de más de 100 países.

Nuestro propósito expresa lo que nos une a todos en *Henkel: Pioneers at heart for the good of generations*. Somos un equipo diverso compuesto por unos 47.000 empleados en todo el mundo, que trabaja cada día para enriquecer y mejorar la vida con nuestros productos, servicios y soluciones. Nuestro propósito se basa en nuestras raíces y nos ayuda a proyectar un largo legado de innovación, responsabilidad y sostenibilidad en el futuro.



NUESTRO OBJETIVO

*Pioneers at heart
for the good
of generations*

NUESTROS VALORES

Nuestros **clientes y consumidores** están siempre en el centro de todo lo que hacemos.

Valoramos, estimulamos y premiamos a nuestro **personal**.

Logramos un excelente **rendimiento financiero** sostenible.

Estamos comprometidos con mantener nuestro liderazgo en **sostenibilidad**.

Moldeamos nuestro futuro con un marcado espíritu emprendedor basado en nuestra tradición **empresarial familiar**.



NUESTRA VISIÓN

Ser un ganador esta década superando en rentabilidad a los mercados con soluciones innovadoras y sostenibles

HENKEL

2024

ÉXITO CON MARCAS Y
TECNOLOGÍAS DURANTE

148

AÑOS

DOS UNIDADES
DE NEGOCIO

**ADHESIVE
TECHNOLOGIES &
CONSUMER
BRANDS**

NUESTRAS MARCAS
PRINCIPALES

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil

EMPLEADOS
DE 126 PAÍSES

47.150

PORCENTAJE DE MUJERES
EN CARGOS DIRECTIVOS

41,9%

REDUCCIÓN DE GASES DE
EFECTO INVERNADERO (GEI) ¹
DE ALCANCES 1, 2, 3

-20%

PORCENTAJE DE PLÁSTICO
RECICLADO EN TODO EL
EMBALAJE DE NUESTROS
PRODUCTOS DE CONSUMO

25%

¹ En comparación con el año de referencia de 2021.

161

CENTROS DE PRODUCCIÓN
EN TODO EL MUNDO

VENTAS

21.600 M€

SEDE CENTRAL EN

Düsseldorf

53

PAÍSES DESDE LOS
QUE PRODUCIMOS

MOLDEANDO NUESTRO **FUTURO**

Moldeamos nuestro futuro partiendo de un marco estratégico a largo plazo cimentado en nuestro propósito y en nuestros valores.

Nuestro marco estratégico tiene un claro enfoque en el crecimiento con propósito. Esto implica aportar un valor superior para nuestros clientes y consumidores, y superar el rendimiento de nuestros mercados, potenciar nuestro liderazgo en sostenibilidad, y facilitar que nuestros empleados puedan crecer profesional y personalmente en Henkel.

Los elementos esenciales de nuestro marco estratégico son: un portfolio ganador, una clara ventaja competitiva en los ámbitos de innovación, sostenibilidad y digitalización, y unos modelos operativos preparados para el futuro, todo ello sostenido en unos sólidos cimientos compuestos por una cultura colaborativa y personas empoderadas.

NUESTRA ESTRATEGIA CORPORATIVA

CRECIMIENTO CON PROPÓSITO

PORTFOLIO
GANADOR

VENTAJA COMPETITIVA

INNOVACIÓN

SOSTENIBILIDAD

DIGITALIZACIÓN

MODELOS
OPERATIVOS

PREPARADOS PARA
EL FUTURO

CULTURA **COLABORATIVA** &
PERSONAS EMPODERADAS

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Los negocios sostenibles llevan décadas formando parte integral nuestra cultura corporativa y son un elemento básico de nuestra visión del futuro. Con el **Marco de Ambición de Sostenibilidad 2030+**, nos hemos impuesto la elevada aspiración de lograr un “impacto transformador por el bien de las generaciones”. Este enfoque integra las tres dimensiones ESG en nuestra visión de la sostenibilidad: **Planeta Regenerativo, Comunidades Prósperas y Socio de Confianza.**

Esto sienta las bases de nuestra estrategia global de sostenibilidad, con las aspiraciones y metas claras que deseamos alcanzar durante esta década. 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.

Al hacerlo, estamos aprovechando nuestras ventajas: el poder innovador de nuestras unidades de negocio, el conocimiento exhaustivo de nuestros empleados y los múltiples puntos de contacto de nuestros productos con los clientes y consumidores.

MARCO DE AMBICIÓN DE SOSTENIBILIDAD 2030+

NUESTRO PROPÓSITO
Pioneers at heart for the good of generations.

IMPACTO TRANSFORMADOR POR EL BIEN DE LAS GENERACIONES



PLANETA REGENERATIVO

Nos esforzamos por lograr una economía circular, un futuro con cero emisiones netas y la regeneración de la naturaleza.



CLIMA

Convertirnos en una empresa con un impacto neto nulo al descarbonizar todas nuestras operaciones y el uso de las materias primas.



CIRCULARIDAD

Impulsar 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 garantizar una gestión responsable de los recursos.



COMUNIDADES PRÓSPERAS

Contribuimos activamente a que las personas puedan disfrutar de una vida mejor gracias a nuestra empresa y a nuestras marcas.



IGUALDAD

Fomentar la diversidad, la igualdad y la inclusión, el respeto de los derechos humanos y la mejora de los medios de subsistencia de las personas.



EDUCACIÓN

Apoyar el aprendizaje y la educación a lo largo de la vida, y animar a actuar en favor de la sostenibilidad.



BIENESTAR

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



SOCIO DE CONFIANZA

Estamos comprometidos con la calidad y la seguridad de los productos, a la vez que garantizamos el éxito de nuestro negocio con integridad.



RENDIMIENTO

Garantizar de manera constante un rendimiento y una seguridad de producto de primer nivel como base de nuestro éxito empresarial.



TRANSPARENCIA

Integrar la sostenibilidad en nuestro gobierno corporativo con informes, publicaciones y compromisos transparentes.



COLABORACIÓN

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

PRODUCTOS

PERSONAS

ALIANZAS

PRINCIPALES DATOS FINANCIEROS 2024

VENTAS

21.600 M €

CRECIMIENTO ORGÁNICO DE LAS VENTAS

2,6%

BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS² (EBIT)

3.089 M €

RENTABILIDAD DE LAS VENTAS AJUSTADA² (MARGEN EBIT)

14,3%

BENEFICIOS AJUSTADOS² POR ACCIÓN PREFERENTE

5,36 €

DIVIDENDOS POR ACCIÓN PREFERENTE³

2,04 €

VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO

51%

48%

1%

ADHESIVE
TECHNOLOGIES

CONSUMER
BRANDS

CORPORATIVA¹

VENTAS POR REGIÓN⁴

NORTEAMÉRICA

28%

EUROPA

37%

LATINOAMÉRICA

8%

IMEA⁵

11%

ASIA-PACÍFICO

16%

¹ Corporativa = ventas y servicios no asignables a las unidades de negocio individuales.

² Ajustado para gastos e ingresos únicos, así como para gastos de restructuración.

³ Propuesta a los accionistas de la Asamblea General Anual del 28 de abril de 2025.

⁴ Incluye 1 % de Corporativa.

⁵ India, Oriente Medio, África.

AVANCES EN SOSTENIBILIDAD 2024

RENDIMIENTO
EXCELENTE EN
EVALUACIONES Y
RANKINGS



EMISIONES DE CO₂ DE NUESTRA PRODUCCIÓN
POR TONELADA DE PRODUCTO (VS. 2017)

-64%

EXTRACCIÓN DE AGUA POR TONELADA
DE PRODUCTO¹ (VS. 2010)

-23%

RESIDUOS DE PRODUCCIÓN POR
TONELADA DE PRODUCTO (VS. 2010)

-39%

MAYOR SEGURIDAD POR CADA MILLIÓN DE
HORAS TRABAJADAS (FRENTE A 2010)

+47%

¹ Agua para la producción: agua superficial, subterránea y de terceros.

ADHESIVE TECHNOLOGIES

Nuestra unidad de negocio Adhesive Technologies lidera el mercado global de tecnologías adhesivas, selladores y revestimientos funcionales para la industria, los consumidores y los profesionales. Como expertos en aplicaciones industriales de más de 800 segmentos industriales, trabajamos en estrecha colaboración con nuestros socios y clientes. Partiendo de nuestra amplia cartera tecnológica y nuestro sólido poder innovador, no dejamos de desarrollar soluciones personalizadas en nuestras áreas de negocio de Movilidad y Electrónica, Packaging y Bienes de consumo, y Profesionales, Construcción y Artesanía.

www.henkel.com/adhesive-technologies

TOP MARCAS

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

PRINCIPALES DATOS FINANCIEROS DE 2024

Ventas

10.970 M €

Crecimiento orgánico de las ventas

2,4%

Beneficio de explotación ajustado¹ (EBIT)

1.817 M €

Rentabilidad de las ventas ajustada¹ (margen EBIT)

16,6%

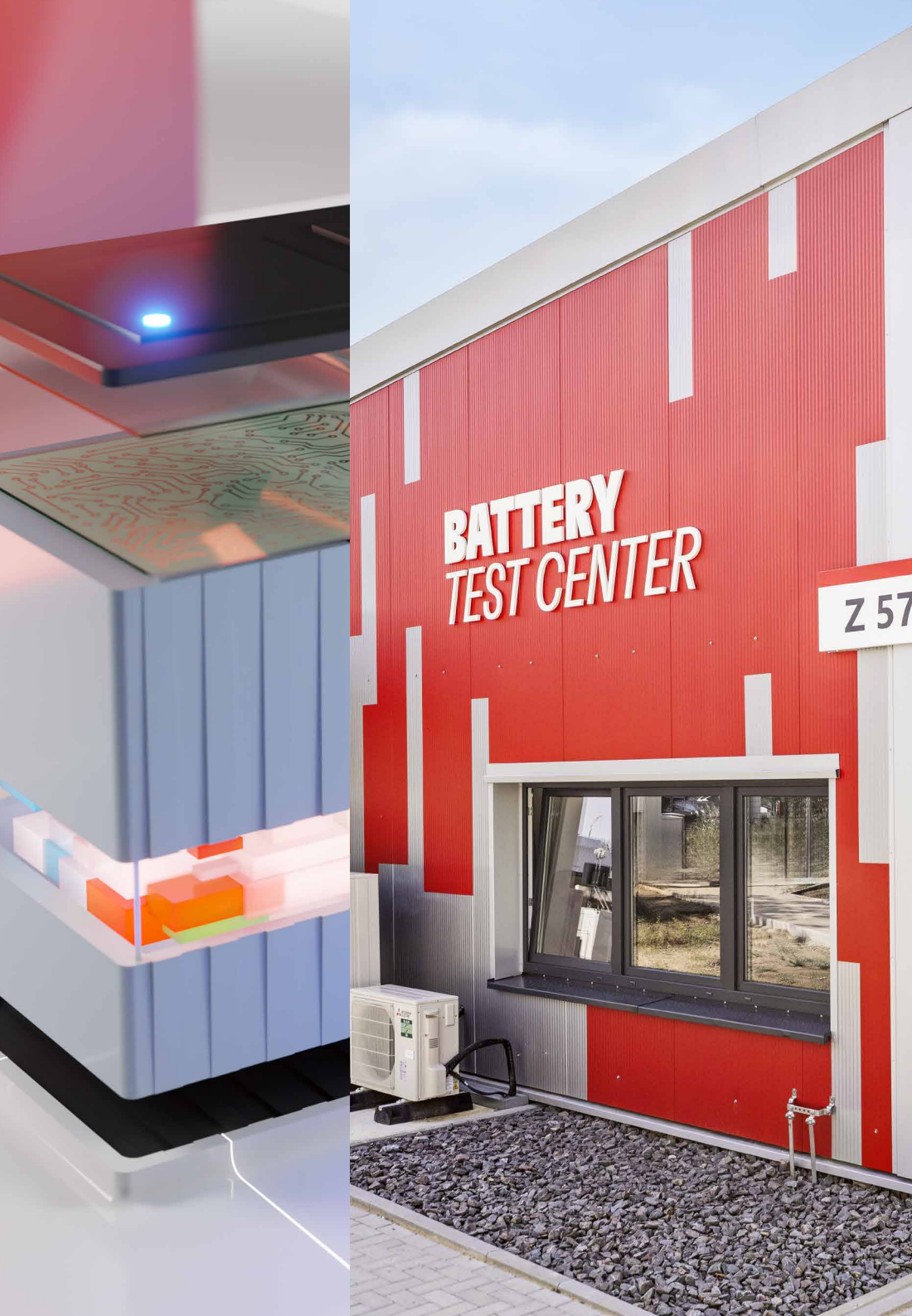
¹ Ajustado para gastos e ingresos únicos, así como para gastos de reestructuración.

ALIMENTANDO EL FUTURO

Como parte de nuestro Centro de Ingeniería de Baterías, el nuevo Centro de Test de Baterías nos ha servido para ampliar nuestras competencias en el ámbito de la movilidad eléctrica y fortalecer nuestra posición de liderazgo como socio de diseño e innovación de empresas automovilísticas y fabricantes de baterías.

En estas instalaciones de vanguardia, nuestros expertos llevan a cabo una amplia gama de pruebas en sistemas de baterías para que nuestros socios puedan desarrollar un producto más seguro y potente.

Al crear gemelos digitales y tarjetas digitales de materiales, podemos simular diversos escenarios y validarlos posteriormente en sistemas reales. De este modo, aceleramos los ciclos de desarrollo, fomentamos la reciclabilidad de las baterías e impulsamos soluciones de movilidad libres de emisiones.

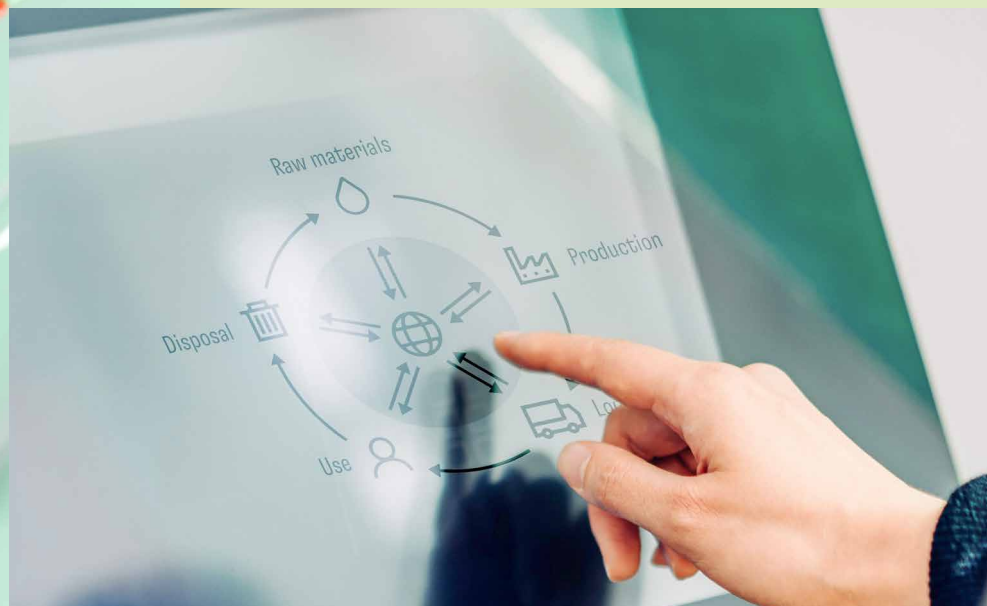




NUEVOS **ESTÁNDARES** PARA UN **PACKAGING** **SOSTENIBLE** GRACIAS A NUESTRAS **INNOVACIONES** **ADHESIVAS**

El packaging, especialmente en la industria alimentaria, debe cumplir unos altos estándares tanto para los fabricantes como para los consumidores. Nuestro adhesivo termofusible de gran rendimiento Technomelt Supra 079 Eco Cool combina las ventajas de nuestras reconocidas series Technomelt Supra Eco y Supra Cool en un solo producto, impulsando la sostenibilidad doblemente: en el uso de materias primas y en los procesos de fabricación.

Gracias a un contenido de materias primas de origen biológico de al menos el 49%, el adhesivo presenta una menor huella de CO₂ y, al mismo tiempo, reduce el consumo de energía en los procesos de nuestros clientes al permitir una disminución de hasta 40° Celsius en la temperatura de aplicación.



TRANSPARENCIA **TOTAL** EN NUESTRO PORTFOLIO DE PRODUCTOS **ADHESIVE TECHNOLOGIES**

Nos hemos marcado el objetivo de comprender el impacto medioambiental de nuestros productos y hacer que los datos sean accesibles de forma totalmente transparente. La Herramienta de Evaluación Medioambiental de Henkel (HEART, por sus siglas en inglés) facilita el cálculo automático de la huella de gases de efecto invernadero de unos 72.000 productos. La nueva plataforma de medición digital tiene en cuenta la

totalidad de las emisiones de gases de efecto invernadero de un producto, desde las materias primas a su producción, packaging y logística. Esta transparencia integral, basada en datos plenamente fiables, además de una metodología de cálculo coherente y certificada conforme a las principales normas internacionales, resulta esencial para mejorar la huella de carbono de Henkel y la de nuestros clientes.

CONSUMER BRANDS

Nuestra unidad de negocio Consumer Brands ofrece una plataforma multicategoría tanto para el negocio de productos capilares profesionales como para marcas de consumo, incluyendo una amplia gama de productos y marcas icónicas como Persil o Schwarzkopf. Nuestro portfolio se centra en múltiples categorías de marcas, aunque haciendo especial énfasis en dos, clave: Laundry & Home Care and Hair (cuidado del hogar y de la ropa y productos capilares). Además, nuestra cartera incluye productos para peluquerías que marcan nuevas tendencias con sus creaciones. Nuestros expertos están trabajando en más de 60 países para satisfacer las necesidades de los consumidores en tareas de investigación y desarrollo, con nuestras potentes marcas y productos innovadores y sostenibles.

www.henkel.com/consumer-brands

TOP MARCAS

Persil


Schwarzkopf



syoss

PRINCIPALES DATOS FINANCIEROS DE 2024

Ventas

10.467 M €

Crecimiento orgánico de las ventas

3,0%

Beneficio de explotación ajustado¹ (EBIT)

1.419 M €

Rentabilidad de las ventas ajustada¹ (margen EBIT)

13,6%

¹ Ajustado para gastos e ingresos únicos, así como para gastos de reestructuración.

DONDE LAS TENDENCIAS *DE LOS* CONSUMIDORES SE CONVIERTEN EN INNOVACIONES

Deseamos comprender las necesidades de nuestros clientes en todo el mundo y dar respuesta a las tendencias existentes con productos innovadores. Con la inauguración de nuestro mayor centro de I+D en Asia, estamos creando un lugar en el que se reúne la experiencia de nuestras unidades de consumo de Laundry & Home Care and Hair.

El Centro de I+D de Consumer Brands de Asia, en Shanghái, contribuye al rápido desarrollo de productos innovadores en función de los hábitos de los consumidores locales y de las percepciones obtenidas en once mercados asiáticos. Equipos de última generación y amplias capacidades de ensayo permiten a los equipos de expertos de Henkel innovar desde la investigación del consumidor hasta el diseño de packaging.



MEJORAMOS LA VIDA ÚTIL *DE LOS TEJIDOS*

Nuestra icónica marca Perwoll ha pasado de ser conocida únicamente por el cuidado de la lana a abarcar todo tipo de tejidos y colores. Su tecnología Triple Renov combina una limpieza suave, cuidado activo y una innovadora tecnología de enzimas para mantener vivos los colores de las prendas. El efecto de renovación en las fibras es visible tras diez lavados, lo que potencia la vida útil de los tejidos.

Para sensibilizar sobre la necesidad de una moda más sostenible, Perwoll trabaja con socios como Sellpy, una de las mayores tiendas europeas online de productos de segunda mano, y se ha comprometido a lograr que la ropa se mantenga en circulación durante más tiempo. Junto con la ONG Remake, que hace campañas contra la moda rápida, Perwoll quiere animar a más personas a sacar más a menudo sus prendas favoritas del armario. Para ello, la marca apoya el reto global #NoNewClothes, que propone no comprar ropa nueva durante tres meses.



NUESTRA APORTACIÓN A LA CONSECUCIÓN DE UNA ECONOMÍA CIRCULAR PARA EL PACKAGING

Nuestro objetivo es reducir al máximo la cantidad de material de packaging, aumentar el porcentaje de material reciclado y hacer que todo el packaging sea reciclable, sin comprometer la calidad, el rendimiento ni la seguridad de nuestros productos. En Europa, no hemos dejado de aumentar la proporción de material reciclado en nuestros envases para detergentes

líquidos y en productos de la categoría Hair (cuidado capilar), por ejemplo, en marcas reconocidas como Persil, Weißer Riese, Spee y Gliss. Los envases son reciclables y la proporción de material reciclado posconsumo es de al menos el 50 %. En Norteamérica, el contenido reciclado del envase del jabón líquido de manos de la marca Dial es ya del 100%.

CLIMA

El cambio climático es uno de los mayores retos de nuestro tiempo. Henkel se ha comprometido a alcanzar el objetivo de 1,5° Celsius del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático. Por esta razón, en 2024 establecimos una “hoja de ruta hacia cero emisiones netas”. Nuestros objetivos a corto plazo, así como el objetivo de cero emisiones netas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en toda la cadena de valor, han sido validados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Nos hemos comprometido a reducir nuestras emisiones absolutas GEI de Alcances 1 y 2 en un 42 % y las emisiones absolutas GEI de Alcance 3 en un 30 % (en comparación con los datos de 2021) para 2030. Además, nos hemos comprometido a reducir las emisiones absolutas GEI de Alcances 1, 2 y 3 en un 90 % (en comparación con 2021) para 2045.¹

¹ El límite del objetivo incluye emisiones y extracciones biogénicas del terreno provenientes de materias primas para bioenergía.

Cero emisiones netas (net-zero) define el punto en el que todas las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) causadas por la actividad humana se equilibran al eliminar el mismo volumen de emisiones de la atmósfera durante un periodo de tiempo específico.

En otras palabras, net-zero supone un estado de equilibrio.



REDUCCIÓN DE EMISIONES GEI DE ALCANCES 1 Y 2¹

-41%

REDUCCIÓN DE EMISIONES GEI DE ALCANCE 3¹

-19%

REDUCCIÓN DE EMISIONES GEI DE ALCANCES 1, 2 Y 3¹

-20%

ENERGÍA DE FUENTES RENOVABLES

47%

¹ Las cifras hacen referencia al ejercicio fiscal de 2024 en comparación con el base de 2021.



NUESTRA HOJA DE RUTA HACIA **CERO EMISIONES NETAS**

Para alcanzar nuestra meta de cero emisiones netas tendremos que conseguir una transformación integral de nuestro modelo de negocio, así como de nuestras interacciones con socios comerciales, clientes y con la sociedad en su conjunto. Para ello, Henkel ha identificado distintas áreas clave de actividad dentro y más allá de nuestra cadena de valor, donde colaboraremos con nuestros socios para cumplir nuestros objetivos de reducción de emisiones y apoyar la transición hacia un futuro con cero emisiones netas.

Para reducir las emisiones derivadas directamente de nuestras operaciones, nos centramos en aumentar la eficiencia energética, el uso de energías renovables y la adquisición de combustibles sostenibles. Siempre que es posible, instalamos paneles solares y calderas de biomasa en nuestras instalaciones para generar energía limpia y renovable directamente en origen.

SOCIO DE CONFIANZA

El éxito de nuestra empresa ha sido posible gracias a que nuestros productos son los mejores de su clase y son seguros. Así es como nos hemos ganado la confianza de nuestros clientes y consumidores, y seguimos reforzándola constantemente mediante la creación de innovaciones seguras y sostenibles.

Trabajamos con socios en toda la cadena de valor para maximizar el impacto de nuestras actividades sostenibles. Una comunicación abierta es la clave para unas relaciones basadas en la confianza. Por ello, Henkel ha apostado durante muchos años por la transparencia en sus informes y en el diálogo constructivo con nuestros grupos de interés en temas como las innovaciones eficientes en el uso de recursos, cadenas de suministro responsables y financiación y transformación sostenibles.

www.henkel.com/sustainability/trusted-partner

INDICADORES CLAVE DE 2024

En torno al **97%**
de nuestro volumen de compras ¹
queda cubierto por el Proceso de
Abastecimiento Responsable

97%
del aceite de palma (palmiste)
con abastecimiento responsable
certificado o confirmado

En torno al **3.200**
proveedores de Henkel se sometieron
a una evaluación o auditoría de TfS

631 M €
para investigación y desarrollo

¹ En las áreas de packaging, materias primas y producción por contrato.





TRABAJAMOS JUNTOS POR UNA **CADENA DE SUMINISTRO SOSTENIBLE**

En 2011, Henkel lanzó la iniciativa Juntos por la Sostenibilidad (TfS, por sus siglas en inglés) con otras empresas del sector químico para armonizar la gestión de proveedores en el ámbito de la sostenibilidad y optimizar el diálogo con sus socios contractuales a nivel global. En 2024 se alcanzó un hito importante en la historia de la iniciativa TfS, con la introducción del modelo de datos de la Huella de Carbono de los Productos (PCF, siglas en inglés). Esta plataforma estandarizada permite a proveedores y empresas generar datos de PCF de toda su cadena de suministro y compartirlos de manera segura, facilitando así coherencia y comparabilidad en la industria química.

Otro ejemplo de cooperación exitosa durante más de diez años en la cadena de valor es la colaboración con la organización de desarrollo internacional Solidaridad para mejorar las condiciones de vida de pequeños agricultores de palma (y palmiste) en Colombia, Ghana, Honduras, Indonesia, México, Nicaragua y Nigeria.

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Nuestra base de proveedores es uno de nuestros recursos más importantes. Cuenta con millones de trabajadores en todo el mundo y es de gran relevancia, ya que el diálogo profundo y una estrecha cooperación con nuestros proveedores son aspectos esenciales para lograr unas prácticas empresariales, procesos y producción sostenibles. Con nuestro enfoque de aprovisionamiento responsable, ponemos el foco en los aspectos de sostenibilidad a lo largo de nuestras cadenas de suministro, en beneficio de las personas y del planeta.

Junto con nuestros socios, hemos vinculado los programas existentes de financiación de proveedores en todo el mundo a criterios de sostenibilidad en todas las regiones. Los proveedores participantes se benefician de unos costes menores de financiación cuanto mejor sea su perfil ESG, medido en función de su clasificación en EcoVadis. Además, estamos comprometidos con un aprovisionamiento 100% responsable junto con nuestros socios.



FINANZAS SOSTENIBLES

Impulsamos un cambio transformador creando más valor para nuestros grupos de interés, desarrollando con éxito nuestro negocio y actuando de forma sostenible en beneficio de las generaciones presentes y futuras. Nuestras iniciativas de financiación sostenible están firmemente integradas en nuestra estrategia financiera. Nuestro marco de financiación sostenible permite emitir dos tipos de bonos: bonos vinculados a la sostenibilidad y bonos verdes. En el caso de los bonos vinculados a la sostenibilidad, los costes de financiación están vinculados a objetivos específicos de sostenibilidad, mientras que los ingresos de los bonos verdes se destinan a inversiones sostenibles.

Con los tres bonos vigentes en 2024 vinculados a criterios de sostenibilidad y un bono verde destinado a evitar residuos plásticos, aproximadamente el 80% de la financiación de Henkel en los mercados de capitales está relacionada con la sostenibilidad, medida según el importe de reembolso en euros.

www.henkel.com/investors-and-analysts

NUESTRA GENTE

Nuestro equipo global, compuesto por unos 47.000 empleados con diferentes trayectorias, experiencias y habilidades, es la base de nuestro éxito.

El espíritu emprendedor es nuestro legado: tenemos el valor de cambiar las cosas y de mejorar constantemente. Juntos, buscamos nuevas formas de reinventar la vida y mejorarla con nuestras marcas y tecnologías innovadoras y sostenibles.

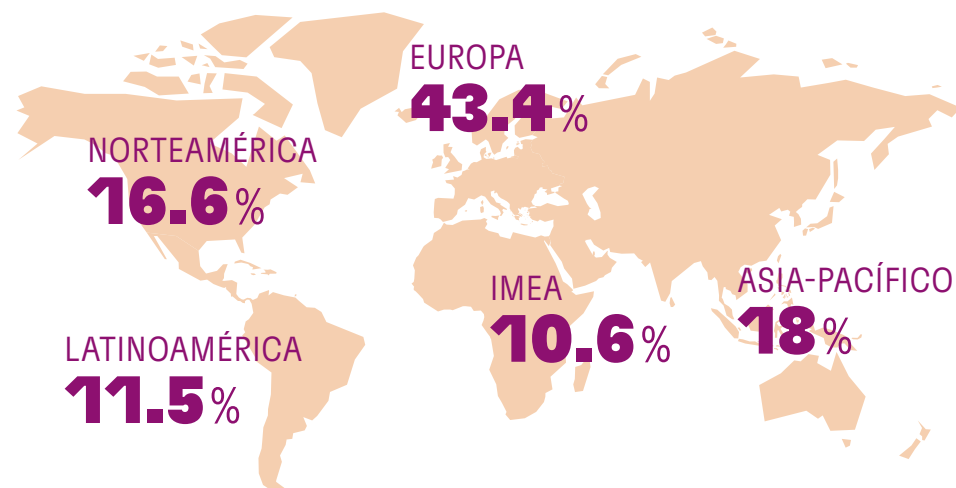
Por eso, ofrecemos a nuestros empleados múltiples oportunidades para aprender, adquirir una amplia variedad de experiencias y crecer tanto profesional como personalmente.

www.henkel.com/careers

EMPLEADOS POR ACTIVIDAD ¹



EMPLEADOS POR REGIÓN ¹




EMPLEADOS DE 126 PAÍSES

47.150

PORCENTAJE DE MUJERES EN CARGOS DIRECTIVOS

41,9 %

¹ A 31 de diciembre de 2024.

A photograph of a man with curly hair and a beard, wearing a pink shirt, sitting on a dark patterned carpet. He is looking down at a young child with light brown hair, wearing a blue and white striped long-sleeved shirt and white pants with small colorful patterns. The child is crawling on the carpet, looking up at the man. The background is slightly blurred, showing a wooden chair and a white wall.

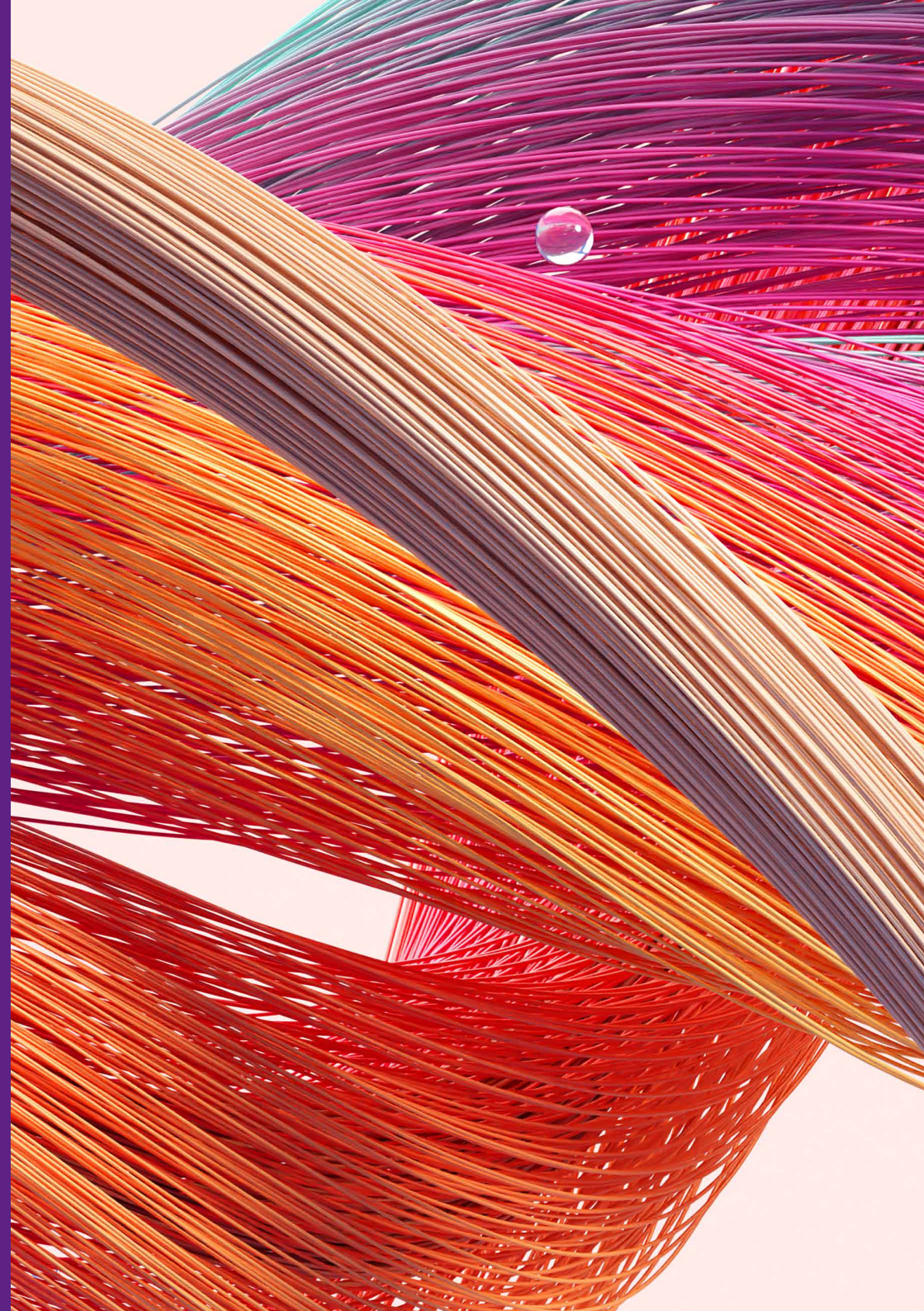
INSPIRADOS POR VALORES FAMILIARES, IMPULSADOS POR UN PROPÓSITO PIONERO

En Henkel, fomentamos una cultura de pertenencia y luchamos por la igualdad de oportunidades para aprovechar todo el potencial de nuestra diversidad. Esto también incluye el acceso igualitario a prestaciones para todos nuestros empleados. Por tanto, hemos introducido una directriz global por la que se disfrutan bajas parentales neutras en cuanto al género. El permiso de paternidad de ocho semanas con el sueldo íntegro debe considerarse el estándar mínimo, y complementa las prácticas y normativas locales ya existentes. Es una base crucial para la conciliación familiar y una mayor igualdad de género, especialmente en aquellos países donde las oportunidades de baja parental son limitadas en este momento. Basada en el papel del cuidador, la directriz aplica a todos los géneros y a cualquier forma de paternidad, incluidos los padres adoptivos o de acogida, parejas del mismo sexo o familias monoparentales.

COMUNIDADES PRÓSPERAS

Hacemos todo lo posible por mejorar la vida de los demás. Nuestra responsabilidad social se basa en promover la equidad, fortalecer la diversidad y respetar los derechos humanos. Estamos comprometidos con el avance social, así como con el acceso y la expansión de la educación a nivel mundial, y brindamos ayuda en situaciones de emergencia. Estamos convencidos de que la diversidad aporta una gran fortaleza y de que todo el mundo merece sentirse valorado. Por ello, estamos dedicados a respetar los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor. Y esto comienza con la potenciación constante de nuestra cultura y mentalidad corporativas. Brindamos a nuestros empleados la oportunidad de aprender y desarrollarse de por vida, así como un entorno de trabajo atractivo y saludable.

www.henkel.com/sustainability/thriving-communities





CREANDO **OPORTUNIDADES FUTURAS** A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN

También nos hemos propuesto como objetivo promover el acceso a una educación de calidad y aumentar el número de jóvenes y adultos con habilidades y competencia relevantes. Shaping Futures (Moldeando futuros) es la iniciativa global a largo plazo de Schwarzkopf Professional, y ofrece a jóvenes en situación de vulnerabilidad la oportunidad de aprender la profesión de peluquería, así como los fundamentos para emprender un negocio en este sector, asegurando así su sustento. Gracias al compromiso voluntario de peluqueros y de nuestros empleados, más de 3.500 jóvenes ya han recibido formación en más de 30 países, entre los que se incluyen Australia, Georgia, Alemania, Filipinas, España y Tailandia.

**¿TE ATREVES
A GENERAR
IMPACTO?**

EN **HENKEL**, NOS **ATREVEMOS** A **GENERAR IMPACTO.**

Donde la tecnología se encuentra con los bienes de consumo, puedes generar un verdadero impacto en el bienestar de las personas, en marcas líderes y en negocios de alto rendimiento a nivel global. Tu carrera con nosotros implica contribuir a un futuro más sostenible. Y también conlleva crecer en una cultura vibrante y diversa, basada en la confianza y el sentido de pertenencia. Nos apasiona el coraje y las ideas frescas en equipos que se atreven y se comprometen.

www.henkel.com/careers



MÁS INFORMACIÓN SOBRE HENKEL

Nuestra página web:

www.henkel.com

Nuestras publicaciones financieras:

www.henkel.com/reports

Nuestras publicaciones sobre sostenibilidad:

www.henkel.com/sustainability/reports

Nuestras ofertas de empleo:

www.henkel.com/careers

HENKEL EN REDES SOCIALES



www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.facebook.com/henkel

www.youtube.com/henkel

REVISTA SPOTLIGHT

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

www.henkel.com/spotlight



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

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

CRÉDITOS

Publicado por

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Germany
Phone: +49 (0) 211 / 797-0

© 2025 Henkel AG & Co. KGaA

Diseño y maquetación

RYZE Digital
www.ryze-digital.de

Fotografías

d3sign por Getty Images; Steffen Hauser; Kazuya Hokari; Pat Kiniry; Marco Klahold; Yeo Kah Ho Kevin; Joe Mac; Nils Hendrik Müller; pikselstock por Shutterstock; raditya por Shutterstock; RossHelen por Getty Images; Sebastian Stiphout; Alberto Venegas; xiaoyu zhu por Getty Images

Corrección de pruebas

Paul Knighton, Cambridge; Thomas Krause, Krefeld

PR No.: 03 25 1500

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.