

La contribución de Henkel a la riqueza de la sociedad

Henkel participa en la Jornada sobre Riqueza de la Cámara de Comercio

Griselda Serra, directora de Recursos Humanos de Henkel Ibérica ha participado en la mesa redonda sobre riqueza organizada por la Cámara de Comercio bajo el título “¿La riqueza de un país sólo es monetaria?”. En la ponencia, Henkel ha aportado su visión sobre la aportación empresarial a la riqueza de la sociedad y cómo esta se trabaja, en línea con los valores y

Economistas y expertos han cuestionado muchas veces si el PIB es el mejor indicador para medir el nivel de bienestar de una sociedad puesto que no muestra la situación de las personas, su esfuerzo, la contribución a generar riqueza ni los que la reciben. Teniendo en mente este concepto, la Cámara de Comercio ha organizado una jornada para reflexionar sobre riqueza de manera más amplia puesto que está comprobado que el PIB de un país puede subir y en cambio la mayoría de las personas que viven allí pueden ser cada vez más pobres. Con la jornada, se pretende dar respuestas a preguntas como: ¿Qué es riqueza? ¿Cómo se mide la riqueza de un país? ¿El enriquecimiento rápido y acumulado de unos pocos contribuye realmente al crecimiento económico de un país? ¿La riqueza de un país es sólo monetaria? Los recursos geográficos, ecológicos, productivos... o de capital humano: la cultura, el patrimonio, ¿qué papel tienen?

La Jornada estuvo presidida por la presidenta del Parlament de Catalunya, Núria de Gispert y el presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona, Miquel Valls. Griselda Serra, acompañada de Anna Fornés, directora de Fundación Factor Humà; Josefina Castellví, oceanógrafa de la Fundación La Caixa; Isabel Martínez-Cosentino, presidenta de Cosentino S.A, debatieron sobre el tema durante casi dos horas en el auditorio de Caixa Forum.

Griselda, explicó que *Henkel posee “riqueza”, no por las ventas que genera cada año, sino por los 138 años de historia, la presencia en 120 países y sus 47.000 empleados. Para poder tener una historia de éxito hay que asentar la compañía en unos valores corporativos sólidos e integrados en la organización. Los valores “Finanzas” y “Clientes” están enfocados al negocio y los valores “Personas”, “Sostenibilidad” y “Familia” al factor humano. La estrategia de la compañía es combinar estos valores siendo capaces de tener éxito empresarial con un equilibrio económico, ecológico y social. Para Griselda, es muy*



importante “CÓMO” Henkel genera sus resultados; y a nivel personal destaca que la clave es “Compartir y colaborar. Esta es la gran riqueza del ser humano”.

Sobre [Henkel Ibérica](#)

Henkel Ibérica se instaló en España en 1961 tras la compra de la empresa española Gota de Ámbar. En 1970 entró también en el mercado portugués. La compañía cuenta con un centro de producción y cuatro de distribución propios en la Península Ibérica y 1.100 empleados. Además tiene tres centros y una spin-off de I+D+i para el desarrollo de adhesivos a nivel mundial. En el 2013 se alcanzaron unas ventas generadas por los tres negocios de 488,4 millones de euros.

Sobre [Henkel Internacional](#)

Henkel opera en todo el mundo con marcas y tecnologías líderes en tres negocios: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies. Fundada en 1876, Henkel ocupa, a nivel global, posiciones de liderazgo tanto en los mercados de los negocios de consumo como en los industriales, con marcas tan conocidas como WiPP Express, Schwarzkopf y Loctite.

Henkel cuenta con cerca de 47.000 empleados y en el año 2013 obtuvo unas ventas de 16.355 millones de euros, con un beneficio operativo depurado de 2.516 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán (DAX).

Contacto:

Henkel Ibérica
Laura Pujal
Corporate Communications
Tel: 93.290.40.15
www.henkel.es

Burson-Marsteller
Carolina Alvarez / Alan Giménez
Tel: 93.201.10.28
carolina.alvarez@bm.com
alan.gimenez@bm.com

