

2025 HITOS DE HENKEL



ÍNDICE

- 2 Sobre Henkel
- 4 Henkel 2025
- 6 Dando forma a nuestro futuro
- 8 Nuestra estrategia de Sostenibilidad
- 10 Principales datos financieros
- 12 Responsabilidad
- 14 *Adhesive Technologies*
- 18 *Consumer Brands*
- 22 Clima
- 24 Socio de confianza
- 26 Nuestro equipo
- 28 Comunidades prósperas
- 30 150 años de Henkel

SOBRE HENKEL

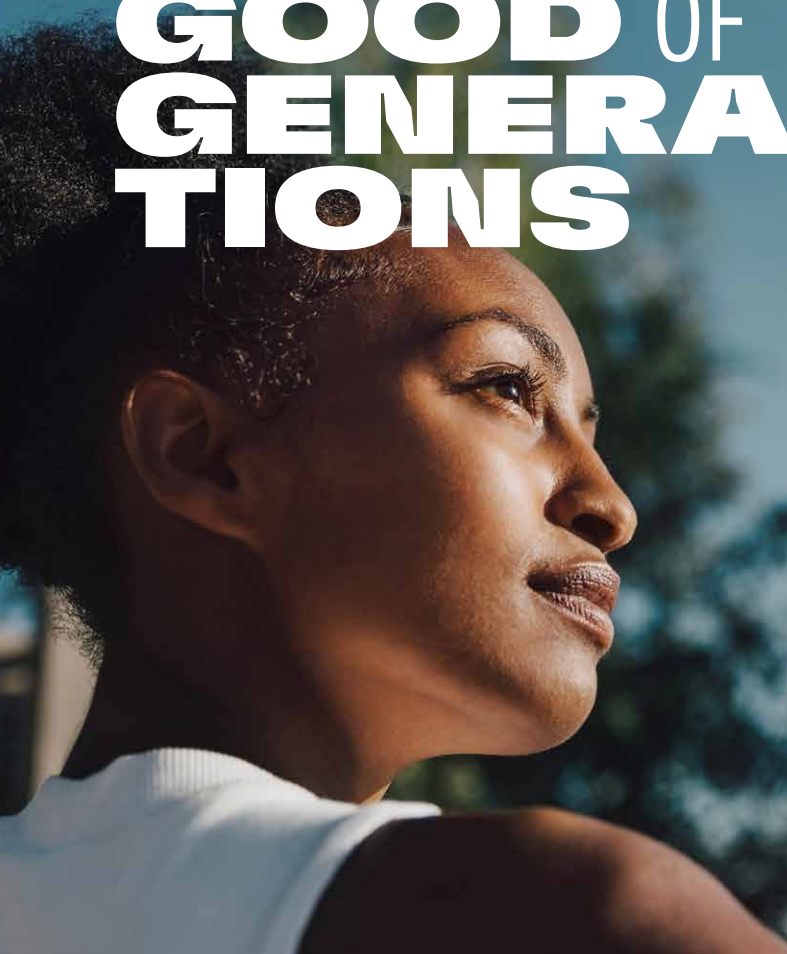
Fritz Henkel fundó nuestra empresa en 1876.

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
PROPÓSITO

**PIONEERS
AT HEART
FOR THE
GOOD OF
GENERATIONS**



NUESTROS
VALORES

HITOS DE HENKEL **3**

Ponemos a nuestros
clientes y consumidores
en el centro de todo lo
que hacemos.

Valoramos, motivamos
y recompensamos a
nuestro personal.

Impulsamos unos
resultados financieros
excelentes y sostenibles.

Estamos comprometidos
con el liderazgo en materia
de sostenibilidad.

Damos forma a
nuestro futuro con
un fuerte espíritu
emprendedor basado
en nuestra tradición
de empresa familiar.



HENKEL

**20
25**

DOS
UNIDADES DE NEGOCIO

**ADHESIVE
TECHNOLOGIES &
CONSUMER
BRANDS**

NUESTRAS MARCAS
DESTACADAS

LOCTITE

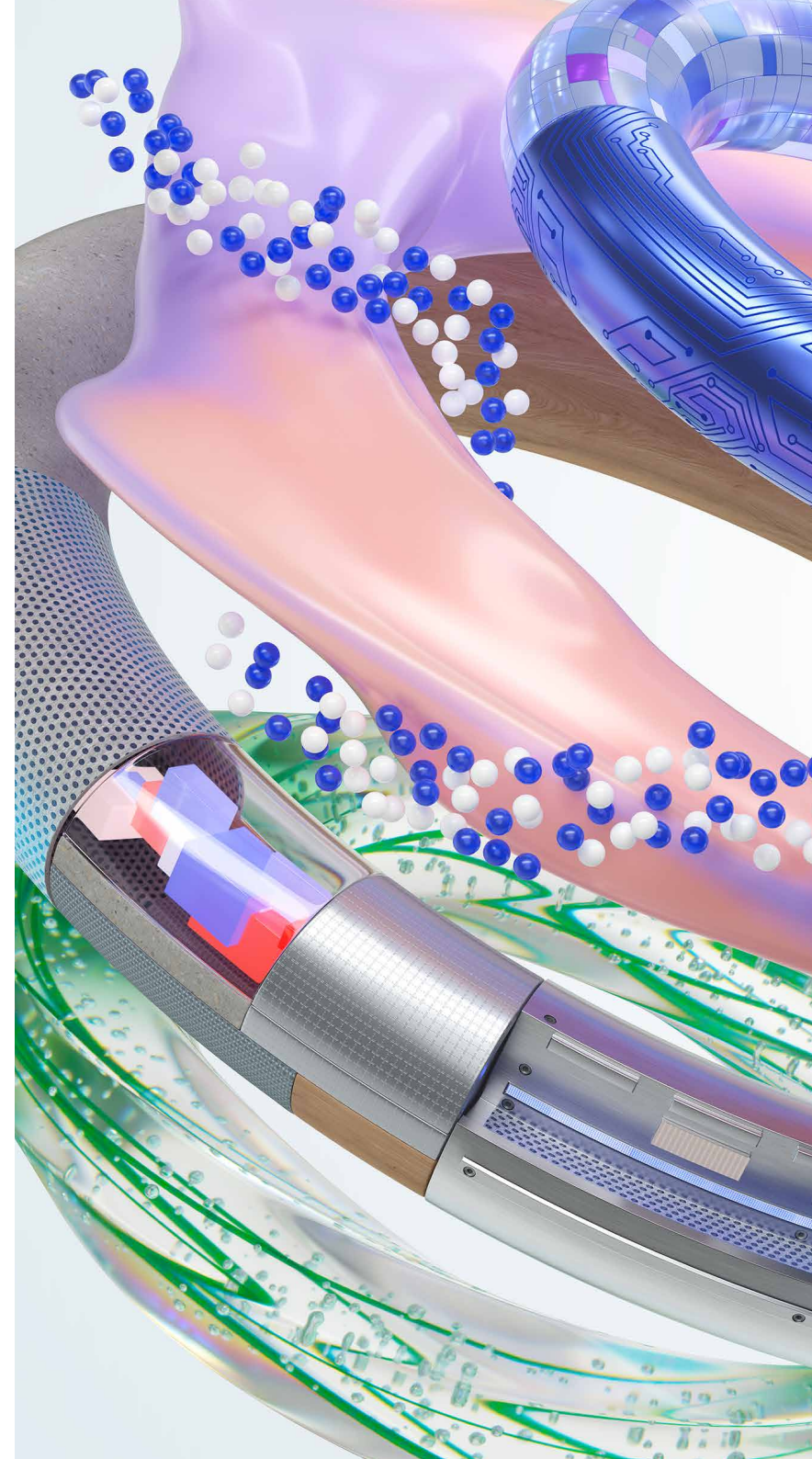

Schwarzkopf

Persil

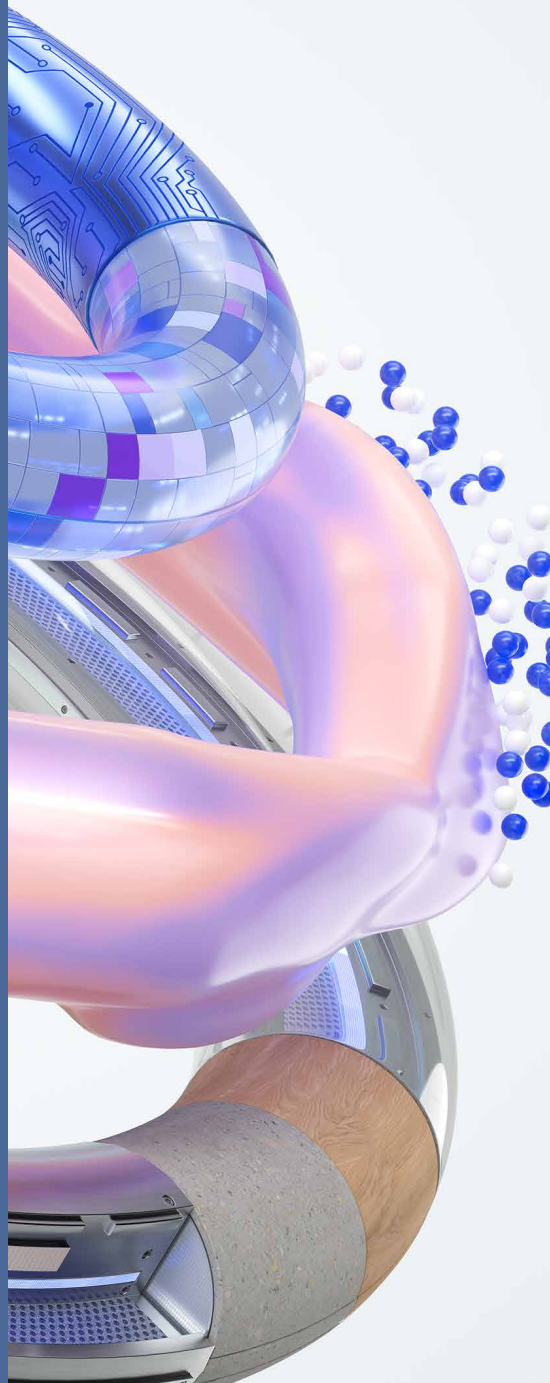
ÉXITO CON MARCAS
Y TECNOLOGÍAS
DESDE HACE

149

AÑOS



CERCA DE

47.200EMPLEADOS DE 125
NACIONALIDADESPORCENTAJE DE MUJERES
EN PUESTOS DIRECTIVOS**43.2%**REDUCCIÓN DE LAS
EMISIONES ABSOLUTAS DE
GASES DE EFECTO
INVERNADERO (GEI) DE
ALCANCE 1, 2 Y 3 (VS. 2021)**-29%**PORCENTAJE DE PLÁSTICO
RECICLADO EN TODOS LOS
ENVASES DE NUESTROS
PRODUCTOS DE BIENES DE
CONSUMO**28%****165**CENTROS DE PRODUCCIÓN
EN TODO EL MUNDO

VENTAS

20,5 MM €

SEDE CENTRAL ENN

Düsseldorf**53**PAÍSES EN LOS QUE
PRODUCIMOS

DANDO FORMA A NUESTRO **FUTURO**

Damos forma a nuestro futuro basándonos en un marco estratégico a largo plazo que se sustenta en nuestro propósito y nuestros valores.

Nuestro marco estratégico se centra claramente en el crecimiento con propósito. Esto significa que aspiramos a crear un valor superior para clientes y consumidores, crecer por encima de nuestros mercados, reforzar nuestro liderazgo en sostenibilidad y permitir que nuestros empleados crezcan tanto profesional como personalmente en Henkel.

Los elementos clave de nuestro marco estratégico son un portfolio de productos ganador, una clara ventaja competitiva en las áreas de innovación, sostenibilidad y digitalización, y modelos operativos preparados para el futuro, todo ello respaldado por una sólida base de 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

Las prácticas empresariales sostenibles forman parte integral de nuestra cultura corporativa desde hace décadas y constituyen un elemento central de nuestra visión de futuro. Con nuestro **Marco de Ambición de Sostenibilidad 2030+**, nos hemos fijado el gran objetivo de lograr un “Impacto transformador para 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.**

Este marco define nuestra estrategia global de sostenibilidad, con ambiciones y objetivos claros que queremos alcanzar durante esta década. Nos comprometemos a impulsar activamente la transformación hacia una economía y una sociedad sostenibles, a contribuir a proteger y regenerar la naturaleza, a fortalecer las comunidades y a reforzar la confianza de nuestros grupos de interés.

Para ello, nos apoyamos en nuestras fortalezas: la capacidad innovadora de nuestras unidades de negocio, el amplio conocimiento de nuestros empleados y los múltiples puntos de contacto de nuestros productos con 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.e.



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 2025

VENTAS

20,5 MM €

BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS² (EBIT)

3.026 M €

BENEFICIOS AJUSTADOS² POR ACCIÓN PREFERENTE

5,33 €

CRECIMIENTO ORGÁNICO DE LAS VENTAS

0,9%

RENTABILIDAD DE LAS VENTAS AJUSTADA² (MARGEN EBIT)

14,8%

DIVIDENDOS POR ACCIÓN PREFERENTE³

2,07 €

VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO

52 %

47 %

1 %

ADHESIVE TECHNOLOGIES

CONSUMER BRANDS

CORPORATIVO¹

VENTAS POR REGIÓN⁴

NORTEAMÉRICA

26 %

EUROPA

38 %

LATINOAMÉRICA

7 %

IMEA⁵

10 %

ASIA-PACÍFICO

17 %

¹ Corporativo = 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 Corporativo.

⁵ India, Oriente Medio, África.

RENDIMIENTO EXCELENTE EN EVALUACIONES Y RANKINGS



AVANCES EN SOSTENIBILIDAD 2025

REDUCCIÓN EN ABSOLUTO DE LAS EMISIONES DE
GEI DE ALCANCE 1, 2 Y 3 (VS. 2021)

-29%

PORCENTAJE DE ACEITE DE PALMA DE ORIGEN RESPONSABLE,
CERTIFICADO O VERIFICADO EXTERNAMENTE

98%

PORCENTAJE DE PLÁSTICO RECICLADO EN TODOS LOS
ENVASES DE NUESTROS PRODUCTOS DE CONSUMO

28%

MÁS SEGURO POR MILLÓN DE HORAS TRABAJADAS
(VS. 2010)

+59%

DANDO FORMA A LA RESPONSABILIDAD *JUNTOS*

Al celebrar su 150º aniversario, Henkel echa la vista atrás a una historia empresarial marcada por la innovación, el espíritu pionero y el compromiso de actuar de forma responsable. Mucho antes de que la sostenibilidad se convirtiera en una prioridad global, Henkel ya había integrado firmemente el compromiso social, la protección del medio ambiente y las soluciones con visión de futuro en su cultura corporativa.



Hoy en día, la sostenibilidad es una parte fundamental de nuestra identidad y uno de nuestros valores corporativos. Refuerza nuestra competitividad, impulsa el crecimiento y crea valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés.



1925



INICIO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Inicio de la formación profesional sistemática en Henkel con la contratación de 15 aprendices para garantizar la cualificación de los empleados y unos altos estándares de seguridad. Desde entonces, más de 10.000 empleados han recibido formación en el marco de los programas de formación profesional y de estudios duales.

1940



INAUGURACIÓN DE LA GUARDERÍA DE HENKEL

Creación de la primera guardería de la empresa e introducción de un servicio médico voluntario de la empresa.

1958



CONTROL DE LA CALIDAD DEL RIN

Henkel comienza a llevar a cabo un seguimiento sistemático y controles de calidad medioambiental del Rin para detectar sustancias detergentes (tensioactivos).

1992



PUBLICACIÓN DEL PRIMER INFORME MEDIOAMBIENTAL

Henkel publica su primer informe medioambiental. Desde entonces, se informa anualmente a los grupos de interés sobre los avances y las mejoras en los esfuerzos de sostenibilidad de la empresa.

2012



LANZAMIENTO DE LA INICIATIVA “TOGETHER FOR SUSTAINABILITY” (TFS)

Henkel, junto con otras cinco empresas del sector químico, pone en marcha la iniciativa “Together for Sustainability – La iniciativa química para cadenas de suministro sostenibles”.

2022



LANZAMIENTO DEL MARCO DE LOS OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD 2030+

El marco 2030+ Sustainability Ambition Framework de Henkel define los objetivos a largo plazo de la empresa en tres dimensiones: Planeta Regenerativo, Comunidades Prósperas y Socio de Confianza. Subraya el compromiso de Henkel de crear un “Impacto transformador por el bien de las generaciones”.

2024



LANZAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE CERO EMISIONES NETAS DE LA SBTi

Henkel establece una hoja de ruta hacia las cero emisiones netas, ampliando significativamente sus objetivos de reducción de emisiones en toda la cadena de valor. Los objetivos son revisados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), una organización de acción climática que ayuda a las empresas a establecer objetivos de cero emisiones netas en consonancia con el Acuerdo de París.

ADHESIVE TECHNOLOGIES

Nuestra unidad de negocio de Adhesive Technologies lidera el mercado mundial con tecnologías para adhesivos, selladores y recubrimientos funcionales, destinadas a la industria, los consumidores y los artesanos. Como expertos en aplicaciones industriales en más de 800 segmentos del sector, colaboramos estrechamente con nuestros clientes y socios. Gracias a nuestra amplia cartera tecnológica y a nuestra gran capacidad de innovación, desarrollamos continuamente soluciones a medida en nuestras áreas de negocio de Movilidad y Electrónica, Embalaje y Bienes de Consumo, y Artesanos, Construcción y Profesionales.

www.henkel.com/adhesive-technologies

MARCAS LÍDERES

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

DATOS FINANCIEROS CLAVE 2025

Ventas

10,667 M €

Crecimiento orgánico de las ventas

1,5%

Beneficio operativo ajustado ¹ (EBIT)

1,779 M €

Rentabilidad ajustada¹ sobre ventas (margen EBIT)

16,7%

¹ Ajustado por gastos e ingresos no recurrentes, y por gastos de reestructuración.



CONECTADO & ABIERTO

El Inspiration Center de Shanghai ofrece un entorno de trabajo moderno para la colaboración y la cocreación. Su objetivo es convertir los conocimientos locales en soluciones escalables y fortalecer la red global de innovación.

EL *FUTURO* DE LAS TECNOLOGÍAS ADHESIVAS BAJO *UN MISMO TECHO*

Con el recién inaugurado Inspiration Center de Shanghái, estamos reforzando nuestras capacidades de innovación en Asia y creando un centro neurálgico para el desarrollo de tecnologías adhesivas preparadas para el futuro. Con una superficie de 33.000 metros cuadrados, este centro de vanguardia reúne a más de 500 expertos para desarrollar soluciones adhesivas sostenibles, intensificar la colaboración con los clientes e impulsar el crecimiento en la dinámica región de Asia-Pacífico.

Los laboratorios del Inspiration Center en Shanghái están organizados por plataformas tecnológicas y conectados digitalmente a nuestra red global de innovación. Esto fomenta la colaboración intersectorial y el intercambio de conocimientos, al tiempo que permite procesos ágiles y basados en datos. Dentro del Customer Experience Center integrado, experiencias interactivas inspiran a los socios de la industria y la academia a desarrollar conjuntamente nuevas ideas y desbloquear el potencial de crecimiento.



The image is a composite. On the left, there is a vertical strip showing a technical diagram of a battery assembly with various colored components (blue, orange, green, red) and a blue light source. The main part of the image shows a woman with dark hair, wearing a tan jacket, sitting in the driver's seat of a car and looking out the window. The background is a solid teal color.

SEPARACIÓN COMO MOTOR DE ECONOMÍA CIRCULAR

Los adhesivos “debonding-on-demand”, o de despegado bajo demanda, ofrecen uniones resistentes y fiables que pueden deshacerse de forma selectiva cuando resulta necesario, por ejemplo, mediante electricidad, calor, ultrasonidos u otros estímulos activadores. Esta tecnología abre nuevas oportunidades para avanzar en la economía circular, ya que facilita la separación de materiales y el desmontaje de componentes para su reparación, reutilización y reciclaje.

La separación controlada de uniones adhesivas constituye una tecnología clave que permite, entre otras aplicaciones, la reparación no destructiva, la reutilización y el reciclaje de baterías de vehículos eléctricos. Como componente de alto valor, la batería puede representar hasta el 50% del coste de un vehículo, mientras que los materiales activos suponen alrededor del 70% y el 80% del coste total de la batería. Un reciclaje más eficiente de estos materiales puede generar ahorros para los fabricantes y contribuir a reducir las emisiones asociadas a la movilidad.



DISEÑO PARA EL RECICLAJE EN EL ENVASE RECYCLAB

Los Henkel Packaging Recyclabs forman parte de nuestros Inspiration Centers ubicados en Düsseldorf y Shanghai. En estos espacios, evaluamos la reciclabilidad práctica de los envases basados en fibra bajo condiciones realistas. Nuestros expertos en packaging analizan cómo las soluciones adhesivas influyen en los procesos de reciclaje dentro de estos entornos simulados, aplicando estos aprendizajes al desarrollo de soluciones de envasado innovadoras, circulares y alineadas con los nuevos retos de la economía circular.

En consonancia con normas internacionales como el marco CEPI/4Evergreen y de conformidad con la norma del Instituto cyclos-HTP, ofrecemos análisis exhaustivos para evaluar y certificar la reciclabilidad de los materiales de embalaje a base de fibra. El objetivo es acelerar la transición hacia el “diseño para el reciclaje” y apoyar a la industria en el desarrollo de soluciones más sostenibles.

CONSUMER BRANDS

Nuestra unidad de negocio Consumer Brands reúne bajo una misma estructura marcas líderes de consumo y soluciones profesionales para el sector de la peluquería. Con un portfolio que incluye marcas icónicas como Persil y Schwarzkopf, estamos presentes en múltiples categorías de bienes de consumo, con un foco especial en Laundry & Home Care –cuidado de la ropa y del hogar– y Hair –cuidado capilar–. La investigación, la tecnología y el expertise de marca son la base de nuestras soluciones para consumidores y estilistas profesionales, cuyas ideas y creaciones contribuyen a definir las tendencias del sector. En más de 60 países, nuestros equipos trabajan cada día para entender las necesidades de los consumidores, anticiparse a las demandas del futuro mediante innovaciones orientadas al mercado y desarrollar productos cada vez más sostenibles

www.henkel.com/consumer-brands

CIFRAS CLAVE DE 2025

Ventas

9.677 M €

Beneficio operativo ajustado ¹ (EBIT)

1,400 M €

Crecimiento orgánico de las ventas

0,3%

Rentabilidad ajustada sobre ventas (margen EBIT)

14,5%

¹ Ajustado por gastos e ingresos extraordinarios, así como por gastos de reestructuración.

TOP BRANDS


Schwarzkopf

Persil





DONDE EL CONOCIMIENTO REGIONAL IMPULSA LAS TENDENCIAS DEL CUIDADO CAPILAR *GLOBALES*

En la recién inaugurada House of Hair de Hamburgo, integramos en un mismo espacio todo lo que impulsa el futuro del cuidado capilar: investigación y desarrollo, marketing, expertise profesional en peluquería, formación, salones piloto, laboratorios y ventas. Este hub de innovación forma parte de nuestra red global, con presencia también en Los Ángeles, Guadalajara, Tokio y Shanghái.

Con 950 expertos en cuidado capilar en todo el mundo, impulsamos más de 750 proyectos de investigación, realizamos 3.300 pruebas con consumidores cada año y apoyamos a 11.100 profesionales de la peluquería mediante programas de formación. De este modo, desarrollamos innovaciones alineadas con las necesidades locales y consolidamos nuestras House of Hair como centros creativos de referencia para las tendencias y los productos de cuidado capilar del futuro.





REVOLUCIÓN DIGITAL EN EL **LAVADO DE ROPA** CON SMARTWASH

With the Smartwash technology, we are ushering in a new era of fabric care where chemistry and technology work hand in hand. Smartwash combines intelligent algorithms, sensors, and cloud connectivity to analyze the condition of the laundry and determine the ideal combination of cleaning agents. The result: maximum washing performance with minimal resource use.



Pero Smartwash es mucho más que una tecnología: es un sistema que conecta lavadoras, agentes limpiadores y partners de toda la industria de los electrodomésticos y el textil con un objetivo compartido: hacer que el proceso de lavado sea más sencillo, eficiente y sostenible. La tecnología se desarrolla y perfecciona de forma continua para que pueda estar disponible en el mayor número posible de hogares. De este modo, Henkel contribuye a definir el futuro de un cuidado de la ropa inteligente y más sostenible.



REIMAGINAR LA **COLORACIÓN** CON **SCHWARZKOPF CREME SUPREME**

VIBRANTE, BRILLANTE Y *NUTRITIVO*

Schwarzkopf Creme Supreme se ha desarrollado con el sistema HaptIQ, que fortalece la matriz capilar mediante nuevos microenlaces y permite disfrutar de una experiencia de coloración en casa excepcionalmente suave y confortable.

“El color que deseas con el cuidado que mereces”: eso es lo que representa Creme Supreme, la nueva marca de coloración de Schwarzkopf. Este producto es el resultado de más de dos años de intensa investigación y desarrollo, junto con los aprendizajes obtenidos a través de nuestra red global, desde hubs de innovación como la House of Hair hasta salones de prueba internacionales. Nuestro objetivo: responder de la mejor manera posible a las necesidades de nuestros consumidores y hacer que la coloración capilar en casa sea una experiencia lo más agradable y respetuosa posible.

Lo que hace especial a esta innovación es que sus productos protegen el cabello en tres fases del proceso de coloración. El sistema integrado Bonding HaptIQ fortalece la estructura capilar, crea nuevos microenlaces y equilibra el cabello dañado incluso antes de que comience la coloración. Con esta innovación, Schwarzkopf establece nuevos estándares para una experiencia de coloración que combina a la perfección color y cuidado.

CLIMA

El cambio climático es uno de los mayores retos de nuestro tiempo. Henkel mantiene su compromiso con el objetivo de limitar el calentamiento global a 1,5°C, establecido en el Acuerdo de París. Por este motivo, en 2024 definimos una hoja de ruta hacia las cero emisiones netas. La iniciativa Science Based Targets initiative (SBTi) ha validado tanto nuestros objetivos a corto plazo como nuestro objetivo de cero emisiones netas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a lo largo de la cadena de valor.

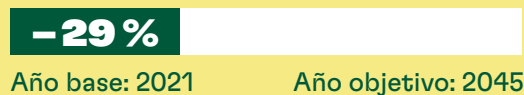
Nos comprometemos a reducir, de aquí a 2030, nuestras emisiones absolutas de GEI de alcance 1 y 2 en un 42% y nuestras emisiones absolutas de GEI de alcance 3 en un 30%, en comparación con 2021. Asimismo, nos comprometemos a reducir nuestras emisiones absolutas de GEI de alcance 1, 2 y 3 en un 90% de aquí a 2045, también en comparación con 2021.¹

¹ El límite del objetivo incluye las emisiones y absorciones biogénicas relacionadas con el uso del suelo procedentes de materias primas bioenergéticas



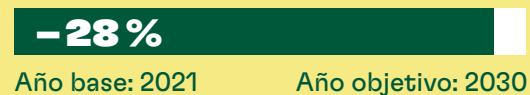
ALCANZAR CERO EMISIONES NETAS: – 90%
REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES ABSOLUTAS
GEI DE ALCANCE 1, 2 Y 3 PARA 2045

Logro en el ejercicio fiscal 2025:



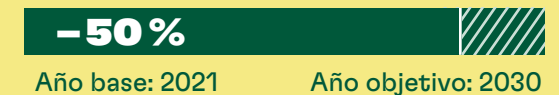
REDUCCIÓN DEL 30% DE LAS EMISIONES
ABSOLUTAS GEI DE ALCANCE 3 PARA 2030

Logro en el ejercicio fiscal 2025:



REDUCCIÓN DEL 42% DE LAS
EMISIONES GEI DE ALCANCE 1 Y 2
PARA 2030

Logro en el ejercicio fiscal 2025:

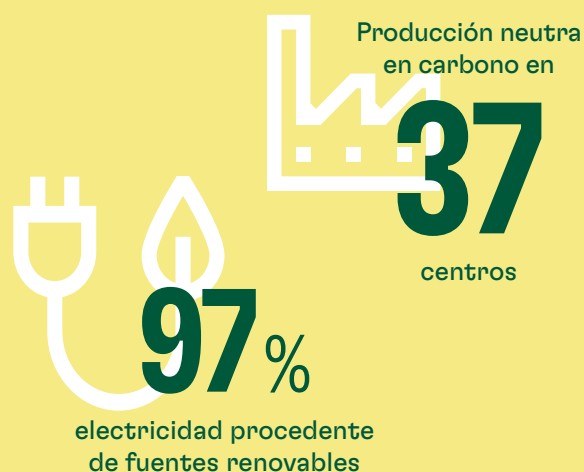


Las cero emisiones netas definen el punto en el que todas las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) generadas por la actividad humana se equilibran mediante la eliminación de un volumen equivalente de emisiones de la atmósfera del planeta durante un periodo de tiempo determinado. En otras palabras, las cero emisiones netas representan un estado de equilibrio.

AVANZANDO HACIA UNA PRODUCCIÓN NEUTRA EN CARBONO

Para Henkel, la producción neutra en carbono parte de un principio claro: la eficiencia energética es lo primero. Para aprovechar al máximo nuestro potencial de ahorro, hemos ampliado nuestro sistema global de monitorización digital del consumo energético para incluir aún más fábricas de Henkel Consumer Brands en 2025. Esto se complementa con optimizaciones innovadoras de los procesos, como un nuevo secador de arena de lecho fluidizado en la planta de Pantelimon, en Rumanía, que reduce el consumo energético en más de un 40% al tiempo que recupera el calor del proceso.

Una de nuestras principales prioridades es siempre la generación de energía renovable in situ. Un hito importante en 2025 fue la puesta en marcha de la mayor instalación solar de Henkel hasta la fecha en la planta de Kruševac, en Serbia. Con más de 13.000 módulos, produce más de 6.000 MWh de electricidad verde al año. Cuando se necesita energía externa, recurrimos a acuerdos de compra de energía verde (PPA) y al biometano para el gas que no podemos sustituir por la electrificación. Un ejemplo es la planta de Gebkim, en Turquía, que se descarbonizó por completo gracias al cambio de calderas de vapor a sistemas eléctricos, acompañado de mejoras en la eficiencia.



Para reducir las emisiones derivadas directamente de nuestras propias operaciones, nos centramos en aumentar la eficiencia energética, utilizar energía renovable y abastecernos de combustibles sostenibles. Siempre que es posible, instalamos paneles fotovoltaicos y calderas de biomasa en nuestros centros para generar energía limpia y renovable directamente en origen.

PARTNER DE CONFIANZA

La historia de éxito de nuestra compañía ha sido posible gracias a productos de máxima calidad y seguros en su uso. Así hemos ganado la confianza de nuestros clientes y consumidores, una confianza que renovamos constantemente mediante el desarrollo de innovaciones seguras y sostenibles.

Trabajamos con partners a lo largo de toda la cadena de valor para maximizar el impacto de nuestras actividades en materia de sostenibilidad. La comunicación abierta es clave para construir relaciones basadas en la confianza. Por ello, desde hace muchos años, Henkel apuesta por una información transparente y por un diálogo constructivo con sus grupos de interés en torno a cuestiones como las innovaciones eficientes en el uso de los recursos, las cadenas de suministro responsables, la financiación sostenible y la transformación sostenible.



INDICADORES CLAVE 2025

100%

de nuestros productos de nuestros productos puede someterse a evaluaciones del ciclo de vida

95%

de trazabilidad del aceite de palma y de palmiste hasta la refinería

Más de

24.000

evaluaciones y auditorías de TfS en el conjunto de las empresas miembro de TfS

JUNTOS

POR UNA CADENA DE SUMINISTRO SOSTENIBLE

Para seguir mejorando la evaluación de las emisiones de CO₂ en la cadena de suministro aguas arriba, Henkel ha lanzado el programa global para proveedores Climate Connect. Esta iniciativa impulsa la descarbonización a lo largo de toda la cadena de valor mediante la recopilación de datos de emisiones, la definición conjunta de medidas de reducción y la capacitación continua de los partners.

En colaboración con el partner de acción climática Manufacture 2030, Henkel involucra a proveedores de todo el mundo en áreas como materias primas, packaging, productos acabados y fabricación por encargo, ámbitos en los que se origina más del 90% de las emisiones aguas arriba de alcance 3. De este modo, se crea una sólida red de colaboración que impulsa el progreso sostenible de forma conjunta

Otro ejemplo de cooperación exitosa a lo largo de más de diez años dentro de la cadena de valor es la colaboración con la organización internacional de desarrollo Solidaridad, orientada a mejorar los medios de vida de los pequeños productores de aceite de palma y palmiste en Indonesia, Colombia y Honduras.



NUESTRA GENTE

Nuestro equipo global, formado por alrededor de 47.200 empleados con diferentes trayectorias, experiencias y capacidades, constituye la base de nuestro éxito.

El espíritu emprendedor forma parte de nuestra historia: tenemos el valor de transformar las cosas y de mejorar de forma constante. Juntos, buscamos nuevas maneras de reinventar y mejorar la vida de las personas a través de nuestras marcas y tecnologías innovadoras y sostenibles.

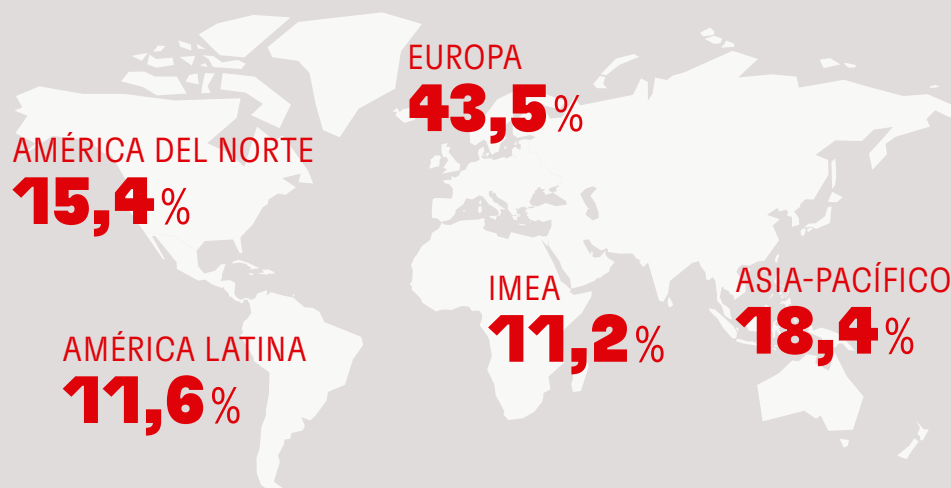
Por eso, ofrecemos a nuestros empleados amplias oportunidades para aprender, adquirir una experiencia diversa y crecer tanto profesional como personalmente.

www.henkel.com/careers

EMPLEADOS POR ACTIVIDAD¹



EMPLEADOS POR REGIÓN¹



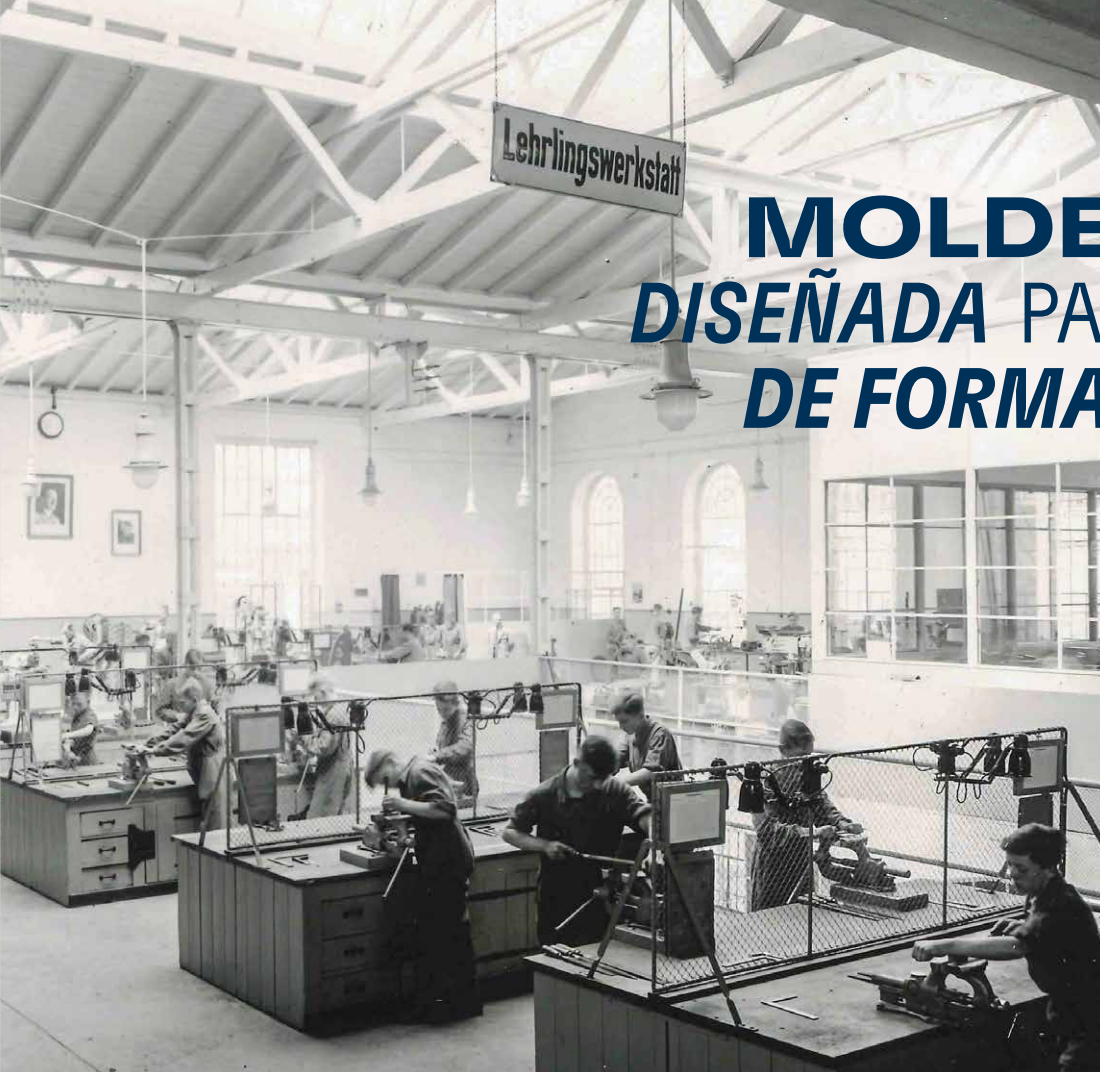
EMPLEADOS DE 125 PAÍSES

47.200

MUJERES DIRECTIVAS

43,2 %

¹ A 31 de diciembre de 2025.



MOLDEADA POR GENERACIONES, DISEÑADA PARA EL FUTURO – 100 AÑOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN HENKEL

Desde hace un siglo, la formación profesional ha formado parte integral de la cultura corporativa de Henkel. Lo que comenzó en 1925 con cinco programas de formación técnica se ha convertido en un universo de 25 profesiones y cinco programas de formación dual, marcado por la transformación, el crecimiento y la generación de nuevas oportunidades.

Para Henkel, la formación profesional significa acompañar a los jóvenes en su camino, reconocer su potencial e impulsarlo de forma específica, con el objetivo de construir juntos el futuro. Durante los últimos 100 años, 10.742 talentos han completado con éxito su formación en Henkel. Muchos de ellos se quedaron en la compañía, siguieron creciendo y asumieron nuevas responsabilidades. Algunos acompañan hoy a nuevas generaciones que también inician su trayectoria profesional.



COMUNIDADES PRÓSPERAS

Hacemos todo lo posible para que las personas puedan vivir mejor. Forma parte de nuestra responsabilidad social promover la equidad, fortalecer la diversidad y fomentar el respeto por los derechos humanos. Estamos comprometidos con el progreso social, así como con el acceso a la educación y su expansión a nivel mundial, y con la prestación de ayuda en situaciones de emergencia.

Estamos convencidos de que la diversidad es una gran fortaleza y de que todas las personas merecen sentirse valoradas. Por ello, trabajamos para garantizar el respeto de los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor. Este compromiso comienza con el fortalecimiento constante de nuestra cultura corporativa y nuestra mentalidad. Ofrecemos a nuestros empleados oportunidades de aprendizaje y desarrollo continuo, así como un entorno de trabajo atractivo y saludable.





CONSTRUYENDO ESPACIOS QUE PUEDEN CAMBIAR VIDAS

Un hogar seguro ofrece protección, estabilidad y la oportunidad de empezar de nuevo. Con el programa Build for Generations, Henkel apoya a familias en situaciones complejas a través de una iniciativa en la que pueden participar empleados de todo el mundo.

El año pasado, alrededor de 200 voluntarios se involucraron en proyectos de construcción y renovación junto con partners como Habitat for Humanity, en nueve países, con el objetivo de crear juntos nuevos espacios de vida. En Macedonia del

Norte y Rumanía, por ejemplo, equipos de empleados de Henkel colaboraron en obras, desarrollaron nuevas habilidades y vivieron de primera mano cómo el compromiso colectivo puede abrir nuevas perspectivas de futuro.

Build for Generations crea conexiones que trascienden fronteras y culturas, demostrando que el verdadero progreso se produce cuando las personas asumen la responsabilidad de cuidar unas de otras, hoy y para las generaciones futuras.

150 AÑOS DE ESPÍRITU PIONERO LISTOS PARA EL FUTURO

El 26 de septiembre de 2026 celebraremos nuestro 150 aniversario, un viaje que comenzó con nuestro fundador, Fritz Henkel, en 1876 y que continúa hoy con alrededor de 47.200 personas en todo el mundo. Nos sentimos orgullosos de nuestra historia y del espíritu pionero que nos define.

Gestionar marcas con éxito a lo largo de generaciones significa convertir nuestro legado en una fortaleza y construir el futuro con valentía. En este camino, situamos a nuestros equipos, clientes y consumidores en el centro de todo lo que hacemos. Protegemos el medio ambiente y construimos relaciones de confianza duraderas con nuestros partners. Durante 150 años, hemos impulsado el progreso y seguimos afrontando el futuro con confianza

www.henkel.com/150years



UNA MIRADA A LA HISTORIA DE HENKEL

Desde sus inicios en Aquisgrán hasta su expansión internacional y su evolución como compañía global cotizada: lo que comenzó como una idea audaz que transformó por completo la forma de lavar la ropa se ha convertido en una empresa que hoy opera en todo el mundo, con marcas de consumo icónicas y tecnologías adhesivas líderes.

Nuestra historia de 150 años está marcada por la innovación, la visión de futuro y el espíritu pionero.



www.henkel.com/history

1876



FUNDACIÓN DE HENKEL & CIE

El 26 de septiembre de 1876, Fritz Henkel fundó la empresa Henkel & Cie junto con dos socios en Aquisgrán. Apenas dos años después, trasladó la empresa a Düsseldorf.

1878



PRIMER ÉXITO

La sosa blanqueadora de Henkel se convirtió en un éxito inmediato. El innovador detergente, desarrollado por Fritz Henkel, podía aclarar la ropa descolorida sin dañarla, gracias a su fórmula con silicato sódico como ingrediente clave.

1907



UNA REVOLUCIÓN EN EL LAVADERO

El lanzamiento de Persil como uno de los primeros detergentes de acción automática revolucionó el cuidado de la ropa y consolidó a Henkel como la marca líder de detergentes en Alemania.

1922



DE UNA NECESIDAD INTERNA A UN ÉXITO GLOBAL

Debido a la preocupación por la escasez de adhesivos prevista como consecuencia de la Primera Guerra Mundial, Henkel decidió fabricar su propio pegamento como medida de precaución. A partir de 1923, estos adhesivos también se vendieron a empresas vecinas, sentando las bases del actual negocio global de adhesivos.

JUNTOS – HOY Y PARA LAS GENERACIONES VENIDERAS

Durante 150 años, el éxito de Henkel ha estado impulsado por las personas que forman parte de la compañía. Con dedicación y espíritu pionero, nuestros equipos en 75 países dan lo mejor de sí cada día. Desarrollan productos que mejoran la vida de las personas en todo el mundo e impulsan soluciones que contribuyen a transformar sectores enteros. Arraigados en la tradición de una empresa familiar, pensamos a largo plazo y actuamos de forma responsable con nuestros equipos, el medio ambiente y la sociedad.

En nuestro año de aniversario, ponemos el foco especialmente en nuestro talento interno. Henkel está ampliando las oportunidades de participación y contribución dentro del programa de acciones para empleados, con el objetivo de reforzar su implicación en el éxito de la compañía. Además, todas las personas que forman parte de Henkel recibirán un día libre adicional durante el mes de su cumpleaños, como gesto de reconocimiento a quienes dan forma a la compañía e impulsan su avance en todo el mundo.





FUTURE? READY!

150 YEARS

DE UNA TRADICIÓN AL *FUTURO*

Nuestro 150 aniversario es mucho más que una mirada al pasado: es una promesa de cara al camino que tenemos por delante. Estamos preparados para el futuro. Antes y ahora, nuestro espíritu pionero nos impulsa a desarrollar productos y soluciones capaces de perdurar en el tiempo. Porque somos “Pioneers at heart for the good of generations”.

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

Allí donde la tecnología se une a los bienes de consumo, podemos generar un impacto real en el bienestar de las personas, en marcas líderes y en negocios de alto rendimiento en todo el mundo. Desarrollar tu carrera con nosotros significa contribuir a un futuro más sostenible. También significa crecer en una cultura vibrante y diversa, basada en la confianza y el sentido de pertenencia. Valoramos la valentía y las ideas frescas en equipos que se atreven a avanzar y se preocupan por hacerlo bien.

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*

Más historias, entrevistas con expertos, reportajes en profundidad y artículos de autores invitados están disponibles en nuestra revista digital www.henkel.com/spotlight

CRÉDITOS

Publicado por

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

© 2026 Henkel AG & Co. KGaA

Design and typesetting

RYZE Digital
www.ryze-digital.de

Fotógrafos

Alistair Berg via Getty Images; Kyle Espeleta;
Alfonso Flores; FreshSplash via Getty Images; Henkel;
Henkel Archive; Matthias Hewing; Jen Krause; Maskot
via Getty Images; Nils Hendrik Müller; nazar_ab via Getty
Images; Philipp Romppel; Solidaridad Network; Surasak
Suwanmake via Getty Images; Klaus Vedfelt
via Getty Images; Jiamin Ye

Revisión

Paul Knighton, Cambridge; Thomas Krause, Krefeld

PR No.: 03 26 1600

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