

# Informe de Sostenibilidad 2008

Responsabilidad Social Corporativa en Henkel



# Henkel

*A Brand Like a Friend*

Dirigimos el cambio

# Henkel en resumen

## Actuación sostenible del 2004 al 2008

### Indicadores medioambientales por tonelada métrica de producción\*

Aguas residuales (emisiones COD)	-4%	↘
Dióxido de carbono (CO <sub>2</sub> )	-6%	↘
Energía	-11%	↘
Compuestos orgánicos volátiles (COV)**	-24%	↘
Metales pesados	-29%	↘
Residuos	-30%	↘
Agua	-35%	↘
Dióxido de Sulfuro (SO <sub>2</sub> )	-41%	↘
Accidentes laborales***	-63%	↘

\* Indicadores medioambientales, incluye los negocios National Starch (desde abril de 2008)

\*\* Compuestos orgánicos volátiles, excepto negocios National Starch

\*\*\* Accidentes laborales por millones de horas trabajadas

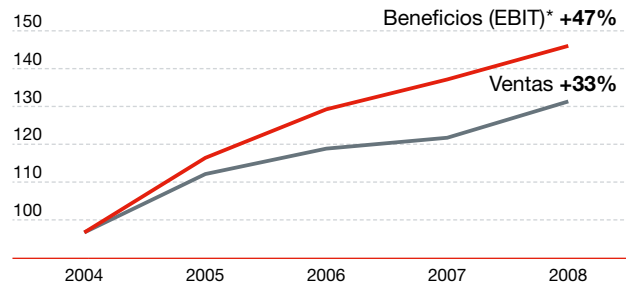
## El alcance de este informe

Con nuestras marcas y tecnologías, operamos en tres áreas de negocio estratégicas: Detergentes y Cuidado del Hogar, Cosmética/Cuidado personal, Adhesive Technologies El 82% de nuestros empleados, más de 55.000, trabajan fuera de Alemania.

En 2008, nuestras ventas totales ascendieron a 14.131 millones de euros. Las ventas alcanzaron el 8,1%, sobre todo por a la adquisición de los negocios de National Starch pero también por el crecimiento orgánico. En 779 millones de euros, el beneficio operativo permanece notablemente por debajo del año anterior cuando alcanzó los 1.344 millones

## Resultados empresariales de 2004 a 2008

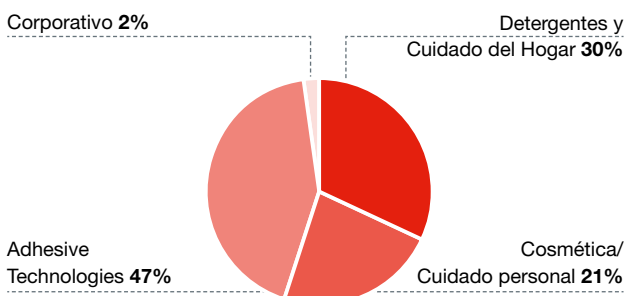
### Porcentaje; índice 2004



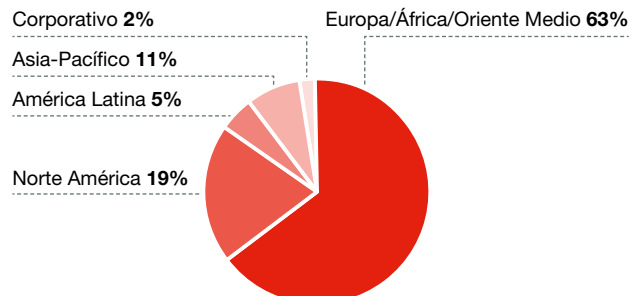
\*2008: El beneficio de explotación (EBIT) tras el ajuste de los desembolsos únicos y las ganancias, así como los costes de reestructuración

de euros. Este descenso se atribuye a los costes de reestructuración y a costes de desembolso único asociados a nuestro programa de incremento de la eficiencia, Global Excellence, y la integración de los negocios de National Starch. El beneficio operativo ajustado ("EBIT ajustado") alcanzó el 6,6% con 1.460 millones de euros. Esta cifra es el neto de 35 millones de euros deducido con respecto a la amortización de recursos intangibles provenientes de la adquisición de los negocios de National Starch. Previamente a esta deducción, el EBIT ajustado aumentó en un 9,1% alcanzando los 1.495 millones de euros. [AR](#) páginas 36 y 38. [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

## Ventas por sector de negocio



## Ventas por región<sup>1)</sup>



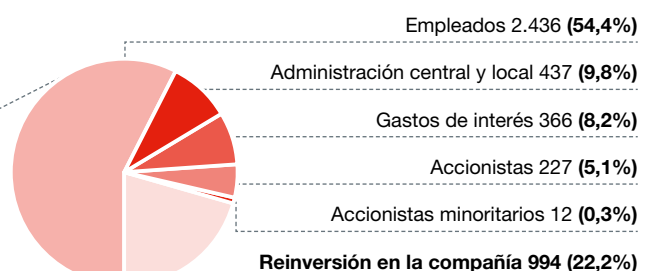
<sup>1)</sup> Corporativo incluido; por la reconciliación con Henkel Group Corporate = ventas y servicios no asignados a sectores de negocio individual

## Declaración de valor añadido 2008

### En millones de euros

<b>Total ventas</b> 14.131 (90,6%)
Otros ingresos 1.458 (9,4%)
Costes de materiales 6.598 (42,3%)
Amortización/depreciación de activos no-corrientes 546 (3,5%)
Otros gastos 3.973 (25,5%)
<b>Valor añadido</b> 4.472 (28,7%)

de los cuales :



# Contenidos

## El alcance de este informe

En 1992, Henkel publicó su primer Informe de carácter Medioambiental. Fue redactado posteriormente y redefinido, convirtiéndose en el Informe de Sostenibilidad. Se publica anualmente y complementa nuestro Informe Anual porque trata temas ecológicos y sociales. La información adicional sobre responsabilidad social corporativa (RSC) se encuentra en [www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability) así como otras publicaciones [SR](#) página 37.

Los contenidos del informe reflejan los retos materiales y relevantes del desarrollo sostenible que llevamos a cabo en nuestros negocios. Los temas seleccionados incluyen los resultados de nuestro diálogo continuado con todas las partes interesadas (*stakeholders*). El diálogo con expertos de sostenibilidad internacional fue especialmente tomado en consideración, los requisitos del *European Chemical Industry Council* (CEFIC), el criterio de varias agencias financieras catalogadas como orientadas a la sostenibilidad, y las pautas del *Global Reporting Initiative* (GRI). El índice detallado de GRI, con enlaces, puede encontrarse en internet. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 2

El Informe de Sostenibilidad comprende todas las compañías incluidas en los estamentos financieros consolidados, participaciones directas e incluye los negocios de National Starch adquiridos en 2008. Los ejemplos tomados han sido seleccionados en base a sus innovaciones, su relevancia y la forma en que reflejan el trabajo de la compañía. La producción relacionada con indicadores medioambientales se determinó utilizando los datos de los centros de fabricación de 57 países que implican más del 95% de la producción mundial de la compañía. Los accidentes laborales se registran mediante un sistema de información uniforme global. La cobertura llega al 98% de los empleados de Henkel. Henkel informa abiertamente de sus incidentes graves operativos, de los ocurridos en el periodo del informe, así como de las medidas que se toman al respecto.

El periodo reportado es el año fiscal 2008. Como indicador de lo importante que es la sostenibilidad para nuestro negocio, el 25 de febrero de 2009 presentamos simultáneamente el Informe Anual y el Informe de Sostenibilidad de Henkel en la rueda de prensa de este periodo informativo.

- 2 Prólogo
- 3 Consejo de Sostenibilidad
- 4 Estrategia de sostenibilidad
- 5 Objetivos
- 6 Valores y Comité Directivo
- 9 Administración de la sostenibilidad
- 11 Proveedores y otros socios
- 12 Marcas y Tecnologías sostenibles
- 14 Detergentes y Cuidado del Hogar
- 16 Cosmética/Cuidado Personal
- 18 Adhesive Technologies
- 20 Producción y logística
- 24 Indicadores medioambientales
- 26 Colaboradores y puestos de trabajo
- 30 Salud laboral y seguridad
- 31 Compromiso social
- 34 Diálogo entre todas las partes interesadas (*Stakeholders*)
- 36 Valoraciones externas
- 37 Contactos, créditos y publicaciones adicionales

## Información adicional

En muchos puntos del Informe de Sostenibilidad del 2008 encontrarán referencias a otras páginas del Informe de Sostenibilidad, al Informe Anual, además de a otros links para ampliar información en internet.

En nuestro sitio, en [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008), encontrará la página "Enlaces adicionales del informe 2008". Todas las referencias están ahí listadas con su correspondiente número de referencia. Esto le permite acceder a la información deseada con tan sólo un clic. Además, nuestra página web le ofrece todos los informes medioambientales y de sostenibilidad que se han publicado desde 1992, los cuales también pueden descargarse.

**AR** Informe Anual

**SR** Informe de sostenibilidad

**www** Internet

# Dirigimos el cambio



*Querid@ Lector,*

Durante más de 130 años, Henkel ha trabajado por conseguir el desarrollo sostenible. La sostenibilidad forma parte de nuestro ADN. A través de nuestras marcas y tecnologías, como empleadores, trabajamos cubrir las necesidades de la gente sin comprometer las oportunidades de desarrollo de las generaciones futuras. Expresamos la esencia de esta ambición como “calidad y responsabilidad.”

Conducimos nuestro negocio de una forma sostenible y responsable socialmente en toda la cadena de valor. Esto nos ha ayudado a construir una reputación excelente como compañía y a obtener una posición de líder en el mercado mundial. Queremos mantener este liderazgo y propagarlo en todos los mercados en los que estamos presentes.

En tiempos de cambio económico, es más importante que nunca entender que el desarrollo sostenible es una oportunidad. Desarrollo sostenible también implica ir hacia un proceso de cambio. Implementar el cambio no siempre resulta fácil, no obstante para cumplir con nuestra responsabilidad para la compañía en su totalidad, debemos actuar teniendo el futuro en mente.

Cada día, millones de clientes y consumidores de todo el mundo escogen marcas Henkel y calidad Henkel. Nuestros productos y tecnologías son nuestra principal contribución a la sociedad. A través de ellos, apoyamos la protección medioambiental, la conservación de recursos y el progreso social.

Estamos convencidos de que nuestra focalización continuada en la sostenibilidad ayudará a aumentar el valor de nuestra compañía a largo plazo. Todos los nuevos productos de Henkel contribuyen al desarrollo sostenible en al menos una de nuestras áreas de focales: Energía y ambiente, agua y aguas residuales, materiales y residuos, salud y seguridad y progreso social.



Continuaremos luchando por el desarrollo sostenible con nuestra compañía – a escala global. Cada uno de nuestros más de 55.000 empleados en todo el mundo tienen la responsabilidad de esforzarse en su ámbito de influencia y cada empleado hace una contribución vital para el logro de nuestras tres prioridades estratégicas: Alcanzar nuestro potencial completo de negocio, centrarnos más en nuestros clientes y fortalecer nuestro equipo global.

Nuestra meta es conducir el cambio hacia la sostenibilidad, trabajando conjuntamente codo con codo con nuestros clientes industriales, nuestros minoristas y nuestros consumidores – en todo el mundo, hoy y mañana.

Kasper Rorsted  
Presidente del Consejo de Administración

# Consejo de Sostenibilidad



Nuestro Consejo de Sostenibilidad, cuyos miembros provienen de todas las áreas de la Compañía, es un cuerpo de toma de decisiones globales que dirige nuestras actividades de sostenibilidad mundial. Los miembros son (de izquierda a derecha): Dirk-Stephan Koedijk, Dr. Andreas Bruns, Rolf Schlue, Ernst Primosch, Kasper Rorsted, Christian-André Weinberger, Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Tina Müller, Dr. Thomas Förster, Dr. Attilio Gatti, Prof. Dr. Ramón Bacardit  páginas 6 y 7.  [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 3

Nuestras actividades en el 2008 se centraron principalmente en la continuada implementación de conceptos relevantes de sostenibilidad en nuestros negocios operativos y en clientes y consumidores. Hemos anclado sistemáticamente nuestras áreas focales en el proceso de innovación estandarizada de nuestra compañía global, porque sabemos que sólo podemos cumplir nuestro compromiso si nuestras áreas focales están integradas en nuestro proceso de innovación desde el principio. Todos los nuevos productos contribuyen al desarrollo sostenible en al menos un área focal.

Los resultados visibles de nuestro trabajo en 2008 incluyen el lanzamiento de la nueva marca de limpiadores del hogar Terra Activ, los primeros productos que llevan la etiqueta ECOCERT, y el Premio Medioambiental de la Federación de Industrias Alemanas (BDI) para nuestro producto de pre-tratamiento del metal Bonderite NT.

Nuestro enfoque hacia la sostenibilidad en su conjunto fue reconocido externamente en 2008: En Diciembre, en el primer Congreso de Sostenibilidad de Alemania, el premio por ser “la marca más sostenible” fue para Henkel.

Tomando el año fiscal 2008 en su totalidad, los incrementos de los precios de la energía y las materias primas refuerza nuestra determinación para conseguir nuestros objetivos sostenibles en reducción del consumo del agua,

energía y residuos en 2012. Todos nuestros negocios han lanzado proyectos para alcanzar estas metas. Lograr nuestros objetivos plantea un reto particular en las plantas en que ya se trabaja de forma eficiente debido al uso de las tecnologías modernas. Las aptitudes y creatividad de nuestros empleados jugarán un papel muy importante. El programa de reestructuración a nivel mundial y la integración de los negocios de National Starch han supuesto serios retos para nuestros empleados y nuestras compañías.

Este Informe de Sostenibilidad comprende los principales logros de 2008. Desde que nos unimos al United Nations Global Compact en 2003, nuestro Informe de Sostenibilidad ha servido de base para redactar el informe de progreso anual que nos solicitan.

Estamos emprendiendo numerosas iniciativas en 2009 para expandir más aún nuestro liderazgo en sostenibilidad. Concretamente nos concentraremos en las áreas de agua, educación y consumo sostenible. Deseamos informar en el futuro a nuestros clientes y consumidores de forma más efectiva sobre el valor añadido resultante de la combinación de calidad y responsabilidad. Una de nuestras principales prioridades será continuar con la mejora en transparencia en toda la cadena de valor y suministros.

# Nuestra estrategia de sostenibilidad

## Áreas focales

Mediante nuestras actividades comerciales y nuestros productos hacemos importantes contribuciones al desarrollo sostenible:



**Energía y clima**

» Usamos recursos energéticos más eficientemente para, así, proteger el medioambiente.



**Agua y aguas residuales**

» Conservamos a nivel global los recursos de agua disponibles.



**Materiales y residuos**

» Usamos las materias primas disponibles más eficientemente y evitamos residuos.



**Seguridad y Salud**

» Ayudamos a conseguir seguridad y salud medioambiental para nuestros clientes, consumidores, empleados y vecinos.



**Progreso social**

» Apoyamos el progreso social para nuestros empleados, clientes y consumidores en todos los países en los que estamos presentes.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 4

En nuestros valores corporativos declaramos nuestra dedicación a la sostenibilidad y a la responsabilidad social corporativa. Para nosotros, el factor decisivo es cómo generamos nuestras ventas y beneficios, y que siempre actuamos responsablemente en toda la cadena de valor. Esta actitud fundamental está firmemente arraigada a nuestra historia corporativa y por consiguiente, a nuestra filosofía de palabra y de acción. Ello nos ha ayudado a construir una reputación excelente como compañía y a obtener una posición de líder en el mercado mundial.

Focalizamos sistemáticamente todas nuestras actividades mediante la cadena de valor en los retos del desarrollo sostenible, puesto que están relacionadas con todas nuestras operaciones. Hemos agrupado estos retos

sostenibles en cinco áreas focales globales. En el alma de todas nuestras acciones están nuestra Visión y Valores. Con nuestras actividades comerciales y nuestros productos queremos contribuir a cada una de las áreas focales. Por ello desarrollamos productos nuevos e inteligentes, en los que el máximo rendimiento se combina con responsabilidad hacia la gente y el entorno. Ésta es también la razón por la que, en línea con nuestro compromiso, todos los nuevos productos contribuyen al desarrollo sostenible en al menos una de estas áreas focales. Trabajamos estrechamente con nuestros clientes y con consumidores para ayudarles a entender y apreciar el valor añadido de estas innovaciones.

Ya en los años 80, en nuestros “Principios y Objetivos de Protección y Seguridad Medioambiental”, nos com-

## Nuestra filosofía de palabra y de acción

La necesidad de una economía equilibrada, responsabilidad social y ecológica ha sido siempre una máxima prioridad de Henkel. Esta actitud fundamental ha sido siempre parte de nuestro ADN desde la fundación de nuestra compañía en 1876:

» **1876** Fritz Henkel funda la compañía Henkel & Cie in Aachen. Su primer producto es un detergente en polvo “universal”.

» **1878** La compañía se trasladada de Aachen a Düsseldorf.

» **1907** Nace Persil, el primer detergente para lavadoras automáticas.

» **1911** Se construye el primer edificio de la compañía en Düsseldorf.

» **1917** Los empleados eligen su primer consejo de trabajadores.

» **1934** La prevención de accidentes sistemática se reduce de un 10% en 1927, a sólo un 4%.

» **1940** Creación de una guardería para niños en la central de Düsseldorf.

» **1953** Comienza la investigación sobre biodegradabilidad de los detergentes.

» **1969** Lanzamiento de la barra de pegamento sin disolvente Pritt.

» **1971** Creación de la Central Medioambiental y del departamento de Protección al Consumidor.

» **1980** Lanzamiento de adhesivos termo fusibles solubles en agua y por consiguiente reciclables para encuadernación, embalaje y etiquetaje.

prometimos a promocionar la salud y seguridad laborales, conservando los recursos y reduciendo las emisiones. Desde entonces hemos actualizado continuamente los objetivos a nivel corporativo y de ubicación, logrando importantes mejoras. En tan sólo diez años, de 1998 a 2007, hemos reducido los accidentes laborales en un 86%, el consumo de agua en un 48%, el consumo de energía

en un 40% y la generación de residuos en un 37%. Gracias a los ahorros de consumo de energía hemos sido también capaces de reducir las emisiones asociadas de dióxido de carbono en un 33%.

En base al progreso conseguido en 2007 hemos definido los objetivos de la compañía para los próximos cinco años, es decir hasta 2012:

## Objetivos

**-15%**

Más del 15 % de **reducción en consumo de energía** por tonelada métrica de producción en 2012 – y en las emisiones asociadas al dióxido de carbono (en base al año 2007).

**-10%**

Más de un 10 % de **reducción de consumo de agua** por tonelada métrica de producción en 2012 (en base al año 2007).

**-10%**

Más de un 10 % de **reducción en la generación de residuos** por tonelada métrica de producción en 2012 (en base al año 2007).

**-20%**

Objetivo a largo plazo: **Cero accidentes laborales**. Objetivo provisional: Una reducción de más del 20 % en 2012 (en base al año 2007)

## También es primordial para nuestro compromiso:

» Todos los nuevos **productos** contribuyen al desarrollo sostenible en al menos un área focal.

» Todos los **empleados** reciben formación y educación continuada para asegurar que están cualificados para realizar sus tareas.

» Todos nuestros **proveedores** estratégicos satisfacen nuestras expectativas en relación a nuestra ética corporativa.

» **1986** Lanzamiento de Persil sin fosfatos.  
 » **1987** Conversión de todas las líneas de fabricación de Schwarzkopf de Alemania a aerosoles sin clorofluorocarbono (CFC).  
 » **1991** Como una de las empresas industriales pioneras en Alemania, Henkel respalda el Estatuto de Negocio para el Desarrollo Sostenible.  
 » **1993** Primer colorante del cabello sólo a base de materias primas vegetales: Poly Nature Color.

» **1995** Publicación de los revisados "Principios y Objetivos de Protección Medioambiental y Seguridad."  
 » **1996** Primer adhesivo sin disolventes para suelos: Thomsit T450 Futura.  
 » **1997** Introducción de los estándares de sistemas integrados de gestión y valores corporativos Safety Health and Environment (SHE); comienzo de auditorías mundiales de SHE.  
 » **1998** Inicio de financiación del programa MIT (*Make an Impact on Tomorrow*).

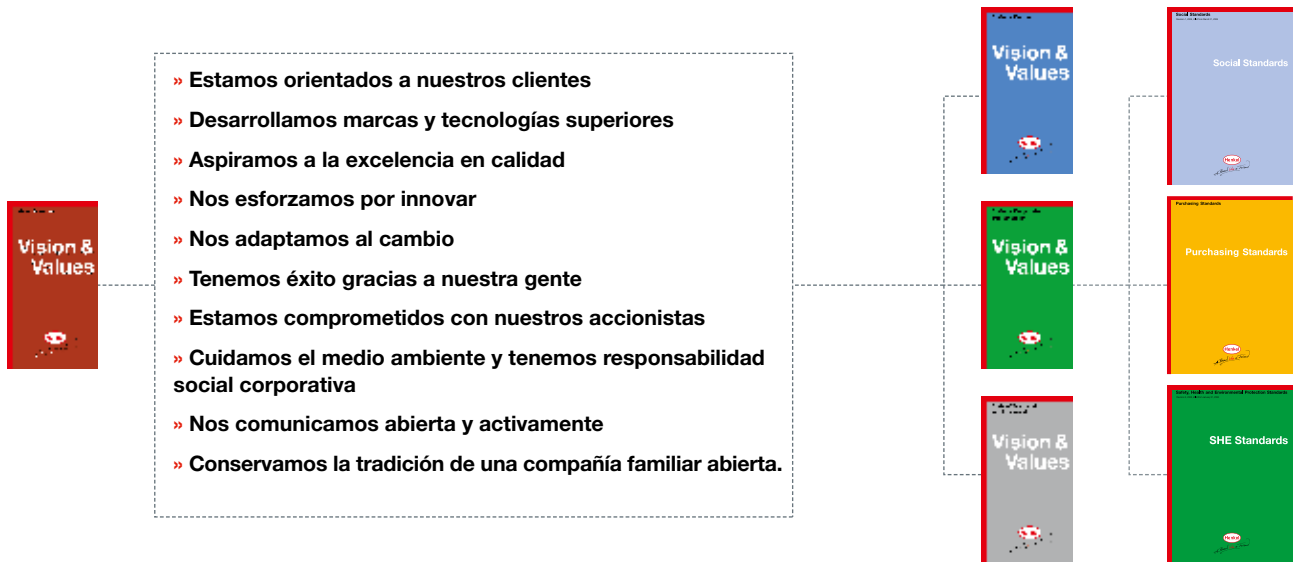
» **2001** Financiación de 125 proyectos para niños MIT en 53 países en conmemoración del 125 aniversario de Henkel.  
 » **2003** Henkel se une al *United Nations Global Compact*.  
 » **2006** Los estándares SHE se amplían para incluir las pautas corporativas y de compra y los valores sociales.  
 » **2008** Comienzo de la iniciativa global "Calidad & Responsabilidad" en el área de negocio de Detergentes y Cuidado del Hogar.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 5

# Valores y Dirección

## Visión, valores, códigos y estándares

Henkel es líder en marcas y tecnologías que hacen la vida de las personas más fácil, mejor y más agradable.



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 6

- » Códigos y estándares mundiales
- » Implementación de las actividades de acatamiento válidos a nivel global
- » Auditorías para verificar la conformidad en normas de conducta

### Códigos y estándares mundiales

Desde nuestra Visión y nuestros diez Valores Corporativos, hemos formulado globalmente unas normas de conducta a seguir que están especificadas en una serie de códigos. En todas las áreas de negocio y culturas en los que operamos, proporcionan una guía de conducta y actuación para nuestros más de 55.000 empleados. El Código de Conducta contiene principios generales corporativos y normas de conducta que ayudan a los empleados a responder correcta y apropiadamente cuando se enfrentan a temas éticos y legales. El Código de Trabajo en Equipo y Liderazgo proporciona una guía de conducta a todos los niveles de personal, tanto directivos y no directivo.

El Código de Sostenibilidad Corporativa describe los principios y expectativas de las prácticas sostenibles del negocio y responsabilidad social corporativa. Además de las normas de seguridad, salud y medio ambiente, se incluyen estándares sociales y de compra, en las que hemos integrado los requerimientos centrales derivados de las

Pautas para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), del Estándar de Responsabilidad Social (SA 8000), y las pautas de la Organización Mundial del Trabajo (ILO).

Juntos los códigos y los estándares son la base para la entrada de Henkel en la iniciativa de *United Nations Global* [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 7

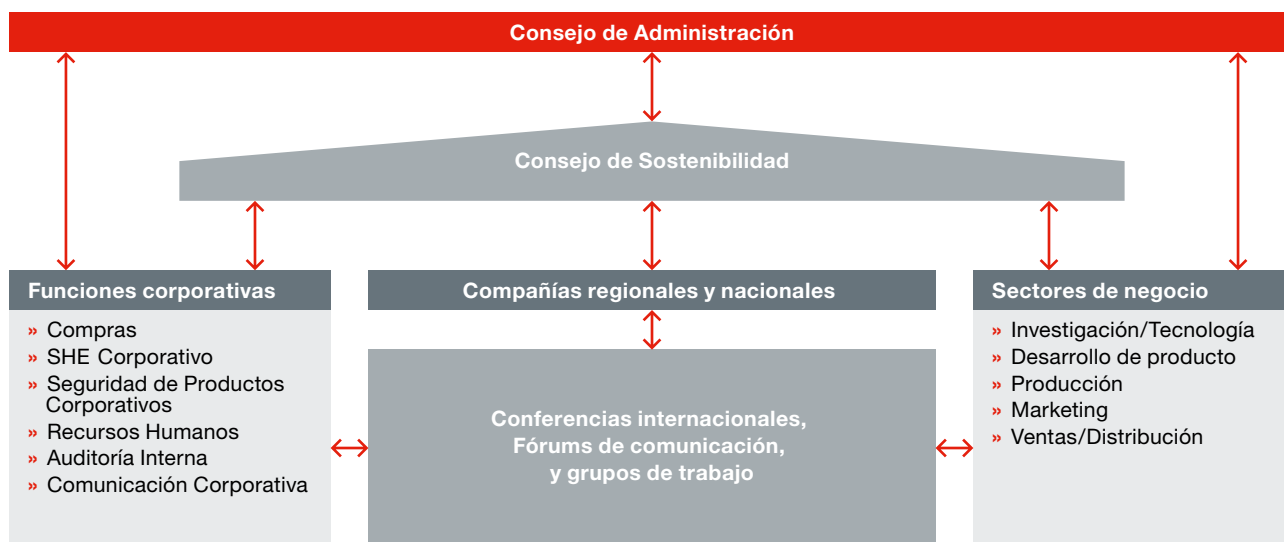
### Responsabilidades claramente definidas

Nuestros códigos y normas aplicables globalmente se han desarrollado basándose en los sistemas de dirección integrados así como una estructura organizativa con responsabilidades claramente definidas. El Consejo de Administración de Henkel es el máximo responsable de nuestra política de sostenibilidad. Encabezado por el Presidente del Consejo de Administración, el Consejo de Sostenibilidad (cuyos miembros provienen de todas las áreas de la Compañía) dirige nuestras actividades de sostenibilidad a nivel global. **SR** páginas 3 y 7.

En 2007, Henkel unificó las funciones de cumplimiento, descentralizada hasta el momento, y designó un *Chief Compliance Officer*, que dirige las actividades de cumplimiento a nivel corporativo y ayuda a la Compañía a aplicar y desarrollar continuamente sus códigos y estándares. Además, controla y e informa de la implementación y cumplimiento con requisitos externos e



## Organización para la sostenibilidad



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 8

internos. Le assiste el departamento de Auditoría Interna, quien también depende de él.

En 2008, el *Chief Compliance Officer* continuó afianzando su organización por todo el mundo, de modo que la responsabilidad de cumplimiento está ahora también claramente definida a nivel nacional. A nivel local, nombró *compliance officers* para asegurar que la información circula con fluidez, y que los requisitos se cumplen y se implementan. Ellos también organizan cursos de formación en línea con los retos nacionales.

### Requisitos comunicados claramente

Henkel está presente en mercados y regiones de gran variedad con sistemas legales, valores sociales y costumbres muy diversos. Para establecer una comprensión similar entre nuestros empleados de nuestros valores corporativos y normas de conducta, el personal responsable de recursos humanos y comunicación en los diferentes países han desarrollado una formación adecuada y actividades de comunicación. En EEUU, por ejemplo, todos los nuevos empleados deben participar en un curso de formación interactiva *on-line* sobre el Código de Conducta. El departamento de Auditoría Interna Corporativa organiza habitualmente seminarios para que nuestros directivos en todo el mundo se familiaricen con los estándares corporativos de Henkel.

Además, los artículos en la revista para empleados explican con detalle las normas de conducta y su significado para la Compañía. Los boletines dirigidos a grupos concretos contribuyen a la transferencia de conocimientos. En 2008, la formación se centró principalmente en seguridad, medio ambiente y problemas de salud **SR** *página 21*, así como en los derechos de la competencia y en la lucha contra la corrupción.

El año pasado, más de 3.000 empleados de todas las regiones en las que opera Henkel recibieron formación sobre la legislación del derecho de la competencia. Adicionalmente, hemos incorporado el objeto de cumplimiento en todos los seminarios de la Academia Global de Henkel y en nuestros seminarios de directivos, así como en los cursos de bienvenida oficiales para nuevos directores.

### Gobierno Corporativo

Teniendo en cuenta los aspectos especiales concretos para su forma legal y artículos de asociación, Henkel AG & Co. KGaA cumple con las principales recomendaciones del Código de Gobierno Corporativo Alemán, con tres excepciones.

Publicamos información más extensa, como los detalles de la declaración de cumplimiento y el informe de remuneración en nuestro Informe Anual y en Internet. **AR** *páginas 18 a 29*.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 9

### Instrucciones concretas para complementar el Código de Conducta

En noviembre de 2008, el Consejo de Administración de Henkel aprobó las directrices detalladas para complementar el Código de Conducta. Estas directrices proporcionan a nuestros colaboradores instrucciones sobre cómo resolver situaciones que suponen conflictos de intereses, regalos o invitaciones personales en la relación profesional. Subrayan la prohibición estricta de cualquier forma de soborno y cualquier otra práctica comercial indeseable. Las directrices se distribuyeron a los empleados de Henkel en todo el mundo. Intentan proporcionar ayuda concreta e instrucciones fiables para poder tomar decisiones, especialmente en las situaciones cotidianas.

### Tolerancia cero a la violación de las regulaciones

Los intereses de Henkel nunca pueden servir para acciones que violen las reglas y las regulaciones. Llevamos a cabo auditorías periódicas para asegurarnos de que nuestros estándares se implementan en nuestros centros productivos y administrativos y, cada vez más, también auditamos nuestros subcontratados y centros logísticos. Las auditorías son instrumentos decisivos para identificar los riesgos y las mejoras potenciales, juegan un papel crucial en el traspaso de conocimiento.

En el cumplimiento de las auditorías por parte del departamento de Auditoría Interna Corporativa, algunas de las 1.800 acciones individuales se acordaron en 2008 con

los empleados de Contabilidad, Compras, Ventas/Distribución, Marketing, IT (Tecnologías de la Información) y Producción, para conseguir que los procesos y el volumen de trabajo sean más seguros y eficaces. Las auditorías que se centraron específicamente en seguridad, salud y el entorno se llevaron a cabo en 21 centros y se iniciaron 266 acciones correctivas vinculantes. La implementación de las acciones acordadas y la extensa comunicación de los ejemplos de buenas prácticas son dirigidas y monitorizadas por nuestros auditores. Además de las auditorías, los resultados de estudios específicos – por ejemplo acerca de “procesos particularmente peligrosos de Producción” – destacan las áreas que requieren medidas y programas de mejora.

Desde 2007 nuestros canales de información y reclamaciones han aumentado con la línea directa que se creó para permitir a los empleados denunciar las infracciones más serias de nuestros códigos y estándares. Funciona a través de un proveedor externo independiente. En resumen, debería usarse cuando los incidentes no se pueden aclarar directamente con el trabajador implicado o un supervisor. No obstante, las evaluaciones periódicas muestran que los canales de información interna establecidos y los puntos de contacto directo en la Compañía se usan con más frecuencia que la línea directa.

Las infracciones de nuestros códigos y estándares se investigan minuciosamente. Según su naturaleza o gravedad puede haber consecuencias disciplinarias de gran alcance para los individuos implicados. En 2008, además de advertencias por escrito, hubo 36 despidos por mala conducta.



### Estándares Sociales de Henkel

Desde 1994 nos hemos comprometido en nuestra labor y principios corporativos a incorporar responsablemente valores sociales en nuestra política corporativa. Enfatizamos claramente nuestro apoyo a la protección de los derechos humanos cuando introdujimos nuestro Código de Conducta en 2000 y cuando entramos en *United Nations Global Compact* en 2003. Nuestros estándares Sociales que publicamos en 2006 expresan en términos concretos lo que representamos.

En 2008, debatimos los retos locales en relación a nuestros Estándares Sociales con nuestros directores generales y delegados de recursos humanos seleccionados de países emergentes e industriales. Era evidente que, con unos mínimos estándares sociales, la legislación nacional ha progresado de forma considerable, sobre todo en los países emergentes. Muchos requisitos de nuestros Estándares Sociales como por ejemplo el número de horas trabajadas semanal-

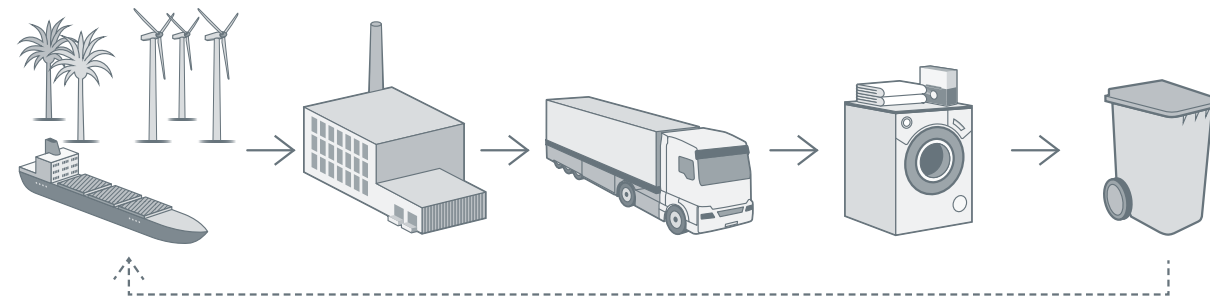
mente ahora están regulados por la ley. Otros requisitos como la libertad de asociación, desarrollo personal e igualdad de oportunidades se han añadido a nuestra cultura corporativa mediante numerosas herramientas de recursos humanos. Por ejemplo, los intereses de cerca del 75 % de todos nuestros empleados están representados por comité de empresa, uniones de comercio independientes o cuerpos similares.

En países en los que no se permite representación de los empleados o no se ha constituido, un diálogo con nuestros trabajadores sirve como un medio informal y voluntario para asegurar un intercambio abierto de opiniones.

Aún hay importantes diferencias culturales en la percepción de igualdad, por ejemplo en relación al punto de vista tradicional del rol del hombre y de la mujer o la inclusión de minorías. Estas diferencias se abordan en nuestros estándares aplicables globalmente.

# Administración de la sostenibilidad

## Mejora en toda la cadena de valor



### Materias primas

Desde el año 2000, la fórmula de la barra adhesiva Pritt incluye el 90% de materias primas renovables relativo a su peso seco. Esto representa una mejora del 60%.

### Producción

El centro de producción Wassertrüdingen utiliza el calor sobrante del compresor para calentar los test del baño del pelo y de los desodorantes en sprays. Esto nos permite ahorrar 1,2 millones de horas de kilowatios de gas y reducir las pérdidas radioactivas.

### Distribución

En Alemania, hemos incrementado de forma continua la cantidad de nuestros detergentes y limpiadores transportados en tren de 220.000 toneladas métricas en 1994 a 313.000 toneladas métricas 2008. Esto ha representado en el 2008 una reducción de unas 3.000 toneladas métricas de emisiones de dióxido de carbono.

### Utilización

En 1970 la dosificación de polvo para lavar tradicional era de unos 280 gramos en cada colada. En el caso de Persil Megaperls esto se ha ido reduciendo en un 76 % hasta sólo 67,5 gramos en cada colada.

### Residuos

Gracias a la completa eliminación de los fosfatos y componentes volátiles y la reducción drástica de metales pesados, el uso de la tecnología Tec Talis en la protección contra la corrosión de los metales reduce el volumen de sedimentos necesario en un 80 %.

- » Aproximación al ciclo de la vida
- » Alternativas a métodos de experimentación con animales
- » Proveedores evaluados para asegurar el cumplimiento con el criterio de sostenibilidad

## Centrados en la sostenibilidad

Actuar responsablemente en toda la cadena de valor es fundamental para la forma en que dirigimos nuestro negocio. Asimismo, nuestros expertos analizan y valoran el ciclo vital completo de nuestros productos. Nuestro objetivo es mejorar continuamente la seguridad y la compatibilidad medioambiental de nuestros productos en todas las fases de la cadena de valor – desde las materias primas en producción, distribución y desecho – considerando todos los factores ya en fase de desarrollo.

**SR** ver ilustración. **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 10

Henkel cuenta con diferentes herramientas para testar sus productos. Por ejemplo nos basamos en nuestra larga experiencia en el análisis del ciclo vital para evaluar qué impactos medioambientales se producen,

cuál es su alcance y en qué fase de la vida del producto. De este modo las medidas de mejora se pueden aplicar donde más se necesitan y se pueden implementar más efectivamente. Se pueden llevar a cabo las acciones más apropiadas para, por ejemplo, mejorar la eficiencia de los recursos de nuestros propios procesos **SR** páginas 20 a 23. Si el impacto producido tiene lugar en la fase de uso, optimizamos nuestros productos reduciendo la cantidad de energía y agua necesarias para usarlos, utilizando materias primas renovables o mejorando su biodegradabilidad.

**SR** páginas 14 a 19. **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 11

## Productos seguros – evaluación exhaustiva y buenos consejos

Nuestros clientes industriales y minoristas así como artesanos y consumidores pueden estar seguros de que los productos y tecnologías de Henkel son seguros al usarlos como deben. La compatibilidad de las materias primas con la salud y el entorno se evalúa ampliamente durante la fase de investigación y desarrollo. Se evalúan

las propiedades de los ingredientes individualmente y combinados, así como la concentración en el producto y sus aplicaciones. El uso de sustancias con propiedades peligrosas está prohibido desde el principio para determinados usos. Henkel optimiza las medidas necesarias preventivas y de protección asociadas al producto, teniendo en cuenta si el producto va a ser utilizado por profesionales o consumidores. Si, a pesar de estas precauciones, un producto se usa de forma incorrecta, los clientes y consumidores pueden contactar con Henkel para que se les aconseje, por ejemplo llamando al servicio al consumidor o las líneas directas de emergencias. Igualmente, los responsables del desarrollo del producto de Henkel y los expertos en seguridad del mismo analizan constantemente las consultas de los clientes y consumidores para asegurar sistemáticamente la seguridad de nuestros productos. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 12

### Regulación REACH para sustancias químicas de la Unión Europea

La regulación REACH entró en vigor el 1 de junio de 2007. REACH regula el registro, evaluación, autorización y restricciones de las sustancias químicas en la Unión Europea (UE). En lo relativo a la Regulación REACH Henkel es, sobre todo, un usuario de líneas de producción de sustancias químicas. Sin embargo, Henkel también es importadora y fabricante de productos químicos en Europa. Como tal, Henkel ha pre-registrado todos los productos o sustancias químicas importadas en la Agen-

### Alternativas a la experimentación con animales

Henkel da prioridad a los métodos de pruebas experimentales que no requieran el uso de animales, y hace que esos métodos estén disponibles. Hemos estado trabajando en el desarrollo de alternativas a la experimentación animal desde los años 80. Con este objetivo, nos embarcamos en proyectos de colaboración en una red internacional de colaboradores externos de la industria, autoridades regulatorias e institutos de investigación. Estamos desarrollando nuevo métodos de experimentación con la ayuda de nuestro "modelo de piel humana" que no implica experimentación animal. Usamos este "modelo de piel humana" para asegurar el rendimiento y calidad de nuestros productos y la compatibilidad de nuestros productos cosméticos.

Un resultado de la utilización de experimentos in-vitro sin animales (llevados a cabo en un tubo de ensayo) desarrollado hasta el momento, ha sido la inclusión de nuevas células y sistemas de cultivo de tejidos en los laboratorios.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 15

cia Química Europea (ECHA-European Chemicals Agency) de Helsinki, Finlandia, para todas sus filiales de Europa.

Los toxicólogos y eco toxicólogos de Henkel, quienes están implicados en el proceso de registro de las sustancias, participan en los correspondientes Foros de Intercambio de Información sobre las Sustancias. El propósito de estos foros es promover el intercambio de toda la información de la que ya se dispone y datos sobre la seguridad de las sustancias químicas entre todas las compañías que deseen registrar esas sustancias. De este modo se quiere evitar hacer pruebas innecesarias y costosas de las sustancias. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 13

### Ajuste global de etiquetado y sustancias químicas

El 20 de enero de 2009 entró en vigor la nueva Regulación de la UE sobre Clasificación, Etiquetado y Embalaje de Sustancias y Compuestos. Sustituye en su mayor parte la legislación europea existente con el Sistema Armonizado Global de Clasificación y Etiquetado de sustancias químicas (GHS). El propósito de GHS es el ajuste global de las regulaciones para mayor seguridad en el comercio internacional y el manipulado de sustancias y productos químicos.

Después de Nueva Zelanda y Japón, la Unión Europea (UE) es la primera región económica más importante que integra el GHS sistemáticamente en su legislación. Como compañía que opera globalmente, Henkel da la bienvenida al GHS. Los expertos de Henkel han estado observando el desarrollo del GHS desde el principio de todo. Concretamente, hemos apoyado la aplicación significativa de las nuevas obligaciones de etiquetado a los productos de consumo en el área de detergentes y limpiadores del hogar. En la UE el etiquetado preventivo y de riesgo de las sustancias químicas se ajustará a la nueva regulación en 2010 y la de los productos químicos en 2015.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 14



Métodos de experimentación no animal: Desarrollado por Henkel, este "modelo de piel humana" puede usarse para evaluar los efectos de las sustancias en los tejidos de la piel.

# Proveedores y otros socios de negocios

## Lo que esperamos de nuestros proveedores

Dirigimos nuestras compras mundiales en base a procesos definidos de gestión y una estrategia de compras de la Compañía. Para sobrevivir en mercados altamente volátiles, nuestra transparencia global, celeridad y firmeza son fundamentales. En todo el mundo, concentramos nuestras compras estratégicas en lugar de comprar de forma táctica a corto plazo. Esperamos que nuestros proveedores puedan cumplir con nuestros estándares de ética corporativa. Para seleccionarlos consideramos, por tanto, su actuación en relación a la responsabilidad social corporativa.

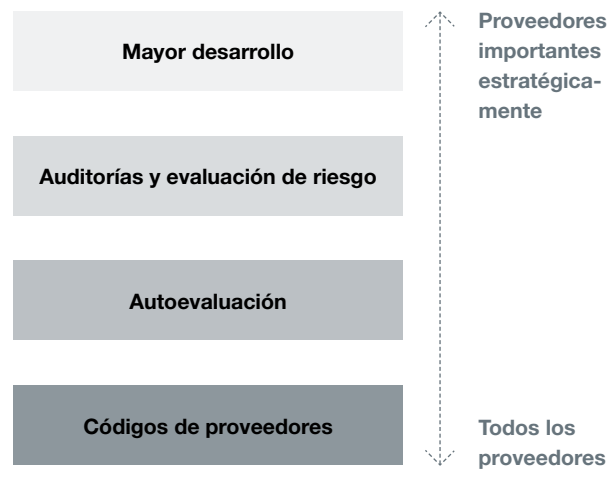
Reconocemos nuestra responsabilidad en toda la cadena de valor desde 1997, cuando formulamos nuestra Seguridad corporativa, Salud y estándares Medioambientales (SHE). En base a estos estándares, nuestros departamentos de compras corporativos y sectores operativos de negocio han fijado procesos para evaluar a nuestros proveedores.

## Situación de la evaluación del proveedor y áreas clave para el futuro

Desde 2007 hemos estado valorando a los proveedores de todo el mundo y otros colaboradores de negocio de forma sistemática para unificar nuestro criterio de sostenibilidad. Hemos encuestado a nuestros proveedores y otros socios comerciales sobre temas de seguridad, salud, entorno, calidad, derechos humanos, estándares de los empleados y anti-corrupción a la vez que les hemos comunicado nuestras expectativas. Como la encuesta fue más complicada de lo esperado, no conseguimos lograr nuestro objetivo de evaluar el 80 % de nuestro volumen de compras global de 5.700 millones de euros en 2007. Por lo tanto, continuamos el estudio en 2008 y, hasta ahora, hemos evaluado al 70 % de nuestros proveedores y otros socios comerciales sobre materias primas y embalajes.

Mientras el 38% de los proveedores y otros socios comerciales cumplan con el criterio de sostenibilidad hemos aprobado medidas de mejoras en relación al criterios individuales con más del 60%. Encontramos que un 2% seguían prácticas comerciales inaceptables y por consiguiente hemos iniciado el cese de nuestra relación comercial con esos proveedores.

## Herramientas de evaluación de proveedores



Desde 2009, hemos querido centrarnos en un mayor alcance en nuevos mercados de compras abiertos fuera de los estados miembros de la OCDE. Ello no afectará a las peticiones que hacemos a nuestros proveedores y otros socios comerciales. Para comunicar nuestras expectativas en relación a las prácticas comerciales sostenibles a los nuevos socios comerciales en esos mercados, en 2009 Introduciremos un código de proveedor en todas las relaciones contractuales.

En 2008, ya creamos unos cuestionarios específicos del sector para hacer un seguimiento aún mayor de las evaluaciones de nuestros proveedores. Es más, queremos aumentar el porcentaje del volumen de compras conseguido gracias a las auditorías realizadas año tras año hasta 2012. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 16

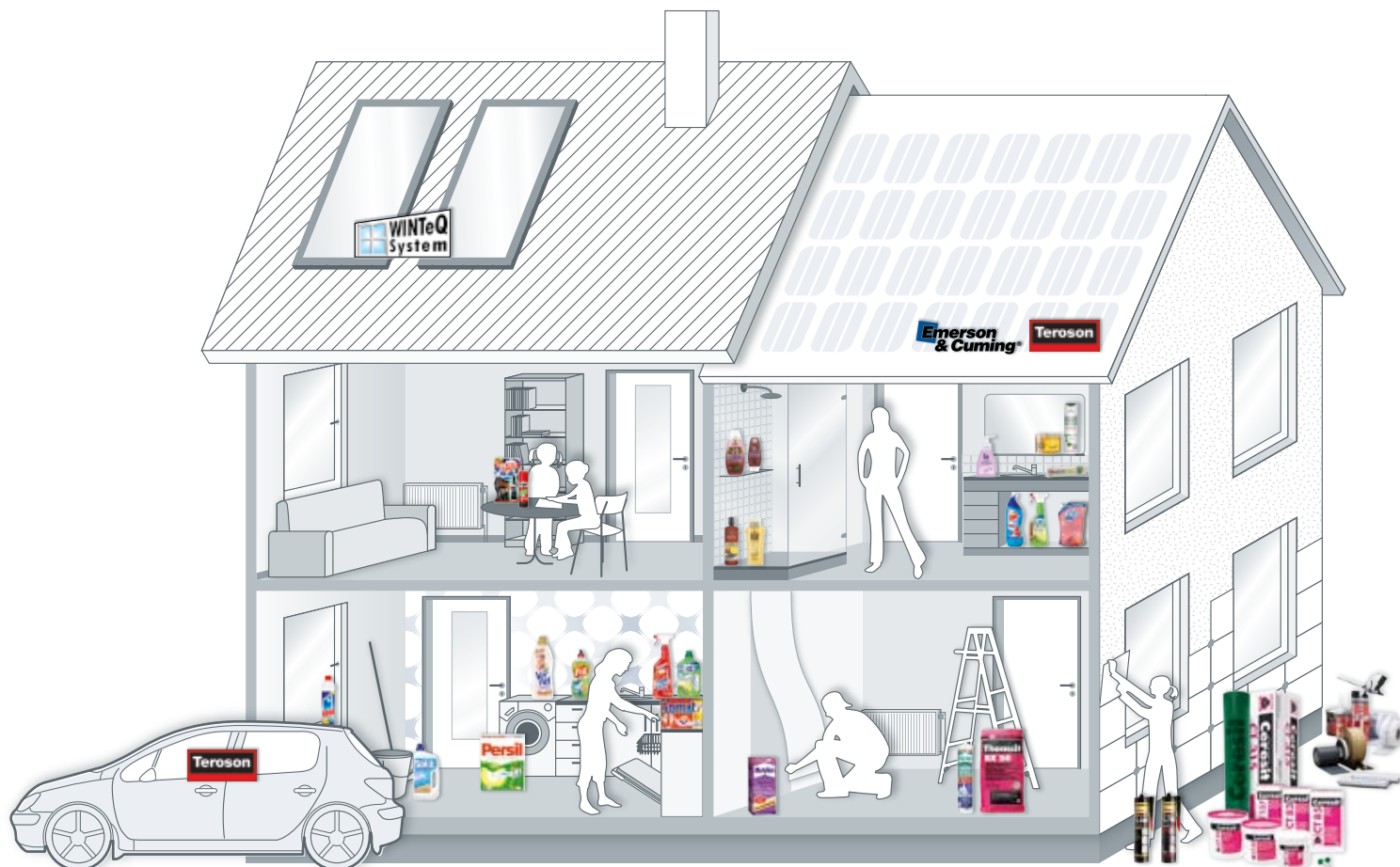


### Pioneros en los certificados de aceite de pepita de palma

Para ejercer nuestra responsabilidad incluso en la fase inicial de la compra de materias primas tomamos parte en iniciativas como la “Mesa redonda sobre el aceite de Palma sostenible” (RSPO). Esta organización promueve la producción sostenible de aceite de palma y aboga por la certificación y el modelo de comercialización del aceite de palma desde su cultivo sostenible. Hemos sido la primera compañía del mundo en adquirir certificados de aceite de pepita de palma para cinco productos de nuestra marca de limpiadores Terra Activ. Asimismo, somos la primera compañía en ayudar a asegurar que el aceite de pepita de palma, proveniente de palmas cultivadas sosteniblemente, entre en la cadena de producción de surfactantes.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 17

# Marcas y Tecnologías sostenibles



La "Casa Henkel" muestra ejemplos dónde los productos de Henkel ofrecen un servicio persistente las 24 horas del día - en casa, para manualidades y actividades del "Hazlo tú mismo" y en la oficina - mientras se ahorra energía y se conservan los recursos al mismo tiempo. Además, nuestros adhesivos, sistemas selladores y productos de tratamiento de la superficie contribuyen al desarrollo sostenible en muchas industrias, como automoción, embalaje, aeroespacial, electrónica, metalúrgica y sectores de energía solar.

- » **La sostenibilidad como motor para innovar en los productos**
- » **Productos de Detergentes y Cuidado del Hogar: Con "Calidad y Responsabilidad"**
- » **Productos cosméticos: Materias primas naturales y renovables**
- » **Adhesivos y selladores: Ecológicamente fiables y compatibles con la salud**

## Productos con valor añadido

Cada día, millones de clientes y consumidores de todo el mundo escogen marcas y tecnologías con Calidad y Responsabilidad de Henkel. Nuestros productos tienen por consiguiente un alto potencial para hacer contribuciones positivas para resolver los retos sociales como el cambio climático, conservación de los recursos e higiene. En línea con nuestro compromiso, todos los nuevos productos contribuyen a un desarrollo sostenible en al menos una

de nuestras cinco áreas focales **SR** ver página 4. Ésta es la razón por la que nos centramos en investigar y desarrollar soluciones innovadoras e inteligentes que ofrecen valor añadido y combinan alto rendimiento con la responsabilidad hacia la gente y el entorno. Por ejemplo, permiten que los clientes y consumidores hagan un uso más eficaz de los recursos valiosos como energía y agua.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 18

## Sostenibilidad como motor de innovación y crecimiento

Las innovaciones son la base de nuestro éxito económico y desarrollo sostenible. Ello exige un alto grado de innovación. En 2008, Henkel empleó 2.900 personas e invirtió 429 millones de euros en investigación y desarrollo. Nuestro sistema de gestión de la innovación utiliza la información recibida de diversas fuentes, incluyendo análisis internacionales de tendencias y mercados, y el

<sup>1)</sup> Incluye costes de reestructuración de 52 millones de euros

conocimiento adquirido de nuestro diálogo directo con clientes, consumidores y expertos externos. Los resultados del análisis del ciclo vital de los productos muestran dónde los impactos son particularmente importantes para la gente y el medio ambiente y ofrece los puntos de partida adecuados para mejorar. **AR** páginas 49 y 50. Los chequeos de sostenibilidad de todos nuestros procesos de innovación el conocimiento que hemos obtenido a lo largo de muchos años de trabajo en sostenibilidad y también nos ayuda a identificar y usar nuevas tendencias. El desarrollo de innovaciones se incentiva no sólo por el deseo de mejorar la calidad y el rendimiento continuamente sino por la búsqueda del progreso social y ecológico, los cuales vemos como un importante motor de crecimiento económico y un generador de ventajas competitivas en el mercado.

Hemos desarrollado innumerables instrumentos de comunicación para hacer que el valor añadido de esas innovaciones sea transparente para nuestros clientes minoristas e industriales. Por ejemplo, el Calculador de Valor para productos industriales muestra cuánto tiempo, energía y trabajo se puede ahorrar si se utilizan productos Henkel. Y el área de negocio de Detergentes y Cuidado del Hogar utiliza el "Henkel Sustainability Master" para determinar la actuación sostenible de nuevos productos y procesos basándose en cuestiones y parámetros de diversa índole. Las mejoras pueden así identificarse y usarse en la comercialización de los nuevos productos o el desarrollo de las estrategias logísticas y de embalaje. También ofrecemos folletos materiales específicos de presentación así

como cursos y seminarios al equipo de ventas, igualmente hemos puesto en marcha actividades conjuntas con nuestros clientes industriales y minoristas.

### Estrategias para mercados emergentes

Los países emergentes y en vías de desarrollo se han convertido en los principales motores del desarrollo económico de hoy. En 2008, las regiones en crecimiento del Este de Europa, Asia (excluido Japón), Oriente Medio, África y América Latina significaron el 37% de las ventas de Henkel. Intentamos aumentar esta cifra a un 45% en 2012. Aquí concretamente, la idea del valor añadido social de los productos adquiere una mayor significancia.

Para nosotros, los productos que se ajustan a las necesidades de los consumidores con menores ingresos no sólo tienen un enorme potencial sino que además hacen una contribución social positiva en términos de, por ejemplo, higiene doméstica y, por tanto, salud. Para ser justos con las diferentes necesidades de todo el mundo, seguimos diversas estrategias según las situaciones individuales de cada mercado. Si los clientes tienen expectativas globales homogéneas ofrecemos productos globalmente homogéneos. Ello se aplica en concreto a nuestro negocio industrial. Donde los niveles de ingresos, infraestructuras o necesidades culturales de los consumidores difieren, adaptamos nuestros productos a las condiciones locales para que nuestros resultados y calidad sean accesibles al mayor grupo de personas posible.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 19



### Proyecto experimental para medir los restos de carbono en los productos

Para poder medir la contribución de los productos a la protección medioambiental, se han llevado a cabo experimentos en todo el mundo para medir los restos de carbono en los productos. Ello implica identificar todas las emisiones de gas invernadero importantes para el ambiente en toda la cadena de valor de un producto - desde la compra de materias primas pasando por la producción y el uso hasta su desecho.

Hasta ahora no ha habido un método coordinado internacionalmente para determinar los restos de carbono de un producto. No obstante, estamos participando en proyectos experimentales en Alemania y Estados Unidos. En Alemania estamos trabajando con colaboradores en la investigación, la industria, el comercio minorista y las organizaciones no



gubernamentales para conseguir desarrollar un método fiable coordinado internacionalmente para identificar los restos de carbono. A su vez, se están debatiendo posibles formas de informar sobre productos valorados a los consumidores en el tema de cambio climático, ya que la participación de los consumidores es fundamental si queremos progresar en la climática. El impacto medioambiental de los detergentes es un área clave de nuestra investigación en cooperación con la Universidad del Estado de Arizona en Fénix, Arizona (EEUU), teniendo en consideración las condiciones especiales de los limpiadores americanos. Los resultados científicos revelan cómo los consumidores pueden contribuir a conservar los recursos a través del uso eficiente de las lavadoras, secadoras y detergentes, así como al cambiar sus hábitos de lavado.

# Detergentes y Cuidado del Hogar

## Focalización estratégica en sostenibilidad

Nuestros detergentes y limpiadores del hogar deben proporcionar los mejores resultados relacionados con la mayor compatibilidad medio ambiental posible. Este principio básico es uno por el que hemos perdurado más de 130 años. Desde principios del 2007 – en nuestra estrategia de “Actuación basada en la Sostenibilidad”- hemos centrado nuestros esfuerzos en equilibrar el rendimiento de nuestras marcas con la responsabilidad hacia la gente y el medioambiente. Consideramos la combinación de calidad y responsabilidad como un poderoso motor de innovación, dirigiéndonos hacia el desarrollo de soluciones inteligentes y productos. Ahí es donde demostramos nuestro liderazgo y nos posicionamos para un futuro difícil.

## Diferentes puntos de partida

Considerando el ciclo vital completo, muchos de nuestros productos necesitan el máximo de energía mientras son usados por los consumidores. Nuestros productos ahorran energía durante su uso, así contribuimos a la protección del ambiente. Trabajamos continuamente para mejorar nuestros detergentes y limpiadores del hogar, los cuales ya han conseguido un alto grado de limpieza con baja dosificación y a temperaturas bajas. Incluir ingredientes de alto rendimiento en nuestro detergente para lavavajillas automático Somat 7 posibilita los resultados excelentes obtenidos a sólo 40°C. Los programas de lavavajillas que funcionan a 40°C consumen un 20% menos de energía que los programas similares que requieren temperaturas de 50 o 55 °C. La base para este trabajo pionero es la



### Máximo rendimiento de los limpiadores a sólo 20°C

Hemos mejorado considerablemente el rendimiento de detergentes de calidad superior como Persil, Le Chat, Dixan y WiPP Express. Las nuevas fórmulas eliminan más de 20 clases de manchas, incluido lápiz de labios y café, más eficazmente a tan sólo 20 °C. En comparación con los programas de lavados a 30°C, lavar a 20 °C puede reducir el consumo de energía de las lavadoras en más de un 40%.



### Rendimiento ecológico excelente

Purex Natural Elements fue la primera marca de detergentes que se incluyó en el programa “Diseño del Medio Ambiente” de La Agencia de Protección Medio Ambiental Americana (EPA). El programa reconoce productos de consumo que son especialmente compatibles con el medio ambiente y la salud humana. Purex Natural Elements concentrado consigue un alto rendimiento de lavado con nivel de calidad constante con tan sólo la mitad de la dosificación tradicional.

[www.epa.gov/dfe](http://www.epa.gov/dfe)



### Todo sobre eficiencia

El cuatro veces concentrado suavizante de ropa Ver-nel Max que comercializamos en Turquía ha permitido que la dosis tradicional se reduzca en más del 75 %, de 110 a 24 mililitros, mientras que aporta el mismo efecto suavizante excelente y la misma fragancia. El producto ahora se puede concentrar en una botella de un litro dejando atrás la de cuatro litros y de este modo conseguimos ahorrar material y agua en su fabricación, además de una eficacia logística mayor.



### Ahorro de agua

En Túnez, la modificación de la fórmula de Nadhif Semi-automático a las necesidades de las lavadoras semi-automáticas previene el exceso de espuma y permite que la espuma que se forma durante el lavado se aclare más fácilmente - con el mismo poder de limpieza. Esto elimina la necesidad de un aclarado adicional y ahorra la preciada agua.



### Trabajando juntos para preservar los recursos

En 2008, en el marco del “Proyecto de Sostenibilidad de Detergentes” de la Asociación Internacional de Jabones, Detergentes y Productos de Mantenimiento (A.I.S.E.), también cambiamos a los polvos compactos de lavado eficaces en Turquía. Gracias a la fórmula concentrada los consumidores pueden reducir la dosificación habitual por colada en un tercio, de 150 a 100 gramos.





investigación del encima que hemos perseguido desde los años 70.

Para contribuir al eficaz uso de materiales, mejoramos el embalaje del producto y utilizamos materiales reciclables. Ofrecemos a los consumidores ayudas de dosificación, productos de recambio y concentrados. En este sentido reducimos el consumo de materias primas, embalaje y reducimos el número de días de transporte. Además, alargamos el uso de las materias primas renovables. Cerca del 35% de surfactantes (sustancias activas en el lavado) de nuestros detergentes y limpiadores del hogar se han extraído de materias primas renovables. Esto está por encima del promedio de la Industria de detergentes y limpiadores del hogar.

Desde que se ha utilizado el agua sobrante del proceso de lavado para la fabricación de detergentes y limpiadores del hogar, hemos trabajado también para mejorar continuamente la compatibilidad medioambiental. Para hacer eso, nos hemos inspirado en el conocimiento adquirido durante muchos años de experiencia. Hemos estado añadiendo nuevos estándares en nuestro sector desde los años 60, por ejemplo la introducción de detergentes sin fosfatos y desarrollando métodos para probar la biodegradabilidad. La implementación de nuestra estrategia “Actuación basada en la Sostenibilidad” incluye el desarrollo de productos que satisfagan las necesidades del consumidor final y el compromiso de nuestras marcas en promover las causas benéficas. **SR** [página 32](#).



Christian-André Weinberger, Vicepresidente Corporativo del área de Detergentes y Limpiadores, frente al cartel “Calidad y Responsabilidad”. Esta promesa ha sido traducida a 20 lenguas.

### “Calidad y Responsabilidad”

Con nuestro compromiso de “Calidad y Responsabilidad” en todos nuestros detergentes y limpiadores, nos centramos en hacer que los consumidores tomen una decisión consciente de compra más fácilmente. Gracias al valor añadido que la combinación de calidad y responsabilidad ofrece, ellos pueden comprar un producto que funciona mejor y garantiza una mayor sostenibilidad al mismo tiempo. Nuestros productos permiten ayudar a todo el mundo en el ahorro de agua y energía. Mediante la información al consumidor y las líneas telefónicas, Internet, promociones especiales, campañas de publicidad e iniciativas internacionales de compromiso animamos a nuestros consumidores a utilizar detergentes y limpiadores responsablemente. **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 20



### Expansionando nuestro liderazgo en innovación

Intentamos expansionar nuestro liderazgo en el área de sostenibilidad. Para cada categoría de producto hemos redefinido cómo trasladar nuestro conocimiento sobre sostenibilidad a alguno de nuestros productos para el consumidor. En 2008, nuestra innovación más importante al respecto fue el lanzamiento de la nueva marca Terra Activ en cinco categorías de limpiadores del hogar. Mediante la combinación de un rendimiento excelente y la gran responsabilidad hacia la gente y el medio ambiente, los productos establecen nuevos estándares de calidad en el mercado. Aproximadamente el 85 % de los ingredientes están basados en materias primas renovables. Así, el rendimiento de nuestros cinco limpiadores del hogar ha sido confirmado por la marca de calidad del SGS Institut Fresenius. Para el trabajo de desarrollo, usamos nuestro *know-how* adquirido durante nuestros más de 130 años de investigación. Hemos desarrollado una tecnología potencial con Terra Activ que será incorporada poco a poco en otras categorías de productos.

Además, aprovechamos nuestra posición de liderazgo para desarrollar nuevas herramientas de comercialización. Por ejemplo, fuimos la primera compañía en todo el mundo en comprar certificados de aceite de pepita de palma, que obtuvimos para Terra Activ. Asimismo, nos aseguramos de que, por primera vez, el aceite de pepita de palma proveniente de palmas cultivadas sosteniblemente entre en la cadena de producción de surfactantes. Creemos que la creación del sistema de soporte Book & Claim ofrece un potencial importante para generar incentivos para el cultivo de aceite de palma.

**SR** [página 11](#). **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 21



# Cosmética/Cuidado Personal

## Focalización estratégica en sostenibilidad

Los principales pre-requisitos para un éxito a largo plazo de nuestros cosméticos y productos de cuidado personal son: importancia del consumidor, eficacia y compatibilidad excelente. Además, el criterio ecológico y social tiene un papel fundamental en la influencia de la intención de compra de los consumidores.

Mientras nuestro trabajo de desarrollo representa el liderazgo en innovación, también apoyamos la tendencia hacia un estilo de vida consciente con el medio ambiente -y la salud-. Nuestros diseñadores utilizan el análisis del

ciclo vital del producto. Esto nos permite desarrollar productos que aúnen ideas innovadoras con contribuciones a nuestras áreas focales. En relación a la aportación de valor fundamental de nuestro negocio de cosmética, vemos esto como el mantenimiento y mejora del sentido de bienestar de los consumidores.

## Materias primas naturales y renovables

Estamos concentrando nuestros esfuerzos en conseguir productos con buenos resultados mediante el uso de ingredientes activos naturales y fragancias - por ejem-



### Combinar resultados y naturaleza

Nuestra marca Essensity está estableciendo nuevos estándares en el sector de peluquería profesional a través de su expresa combinación de resultados y naturaleza. En todos los productos hemos sustituido sistemáticamente ingredientes sintéticos por naturales siempre que ha sido posible sin que afectara al rendimiento del producto. La formulación contiene siliconas, fragancias no artificiales, aceites de parafina, aceites minerales o paraben. La biodegradabilidad de los ingredientes también se ha mejorado. Con Essensity apoyamos proyectos de reforestación.



### Eficacia Natural

La pasta de dientes Vademécum Bio asegura de forma natural dientes y encías sanos. El 99% de sus ingredientes son naturales y han sido seleccionados por nuestros investigadores siguiendo el criterio de la organización de certificación independiente ECOCERT. Incluye té verde procedente de cultivos orgánicos controlados. Lo que hace que la fórmula de Vademecum Bio sea especial es que - a diferencia de las pastas de dientes tradicionales - no contiene sabores artificiales o dulcificantes. Esto es por lo que Vademécum Bio obtuvo la etiqueta ECOCERT. Explica a los consumidores que los ingredientes han sido cuidadosamente seleccionados y se han obtenido de cultivos labrados de una forma medio ambiental compatible.



### Tradición excelente

En Francia, nuestros jabones líquidos Le Chat Bio Apricot y Le Chat Bio Fig también tienen el logo ECOCERT. Le Chat, marca tradicional de jabón que se ha comercializado desde 1853, lanzó estos dos productos como respuesta a la creciente demanda del consumidor de productos naturales y certificados independientemente. Ambos satisfacen el estricto criterio ecológico en toda la cadena de valor y contienen, siguiendo el criterio de ECOCERT, el 99% de ingredientes naturales. No utilizan colorantes artificiales o fragancias.



### Embalaje de recambio inteligente

Las bolsas de recambio Eco-Smart para jabones líquidos Dial en el mercado de EEUU contienen cerca de un 67% menos de plástico que las botellas de recambio convencionales. Esto no sólo reduce los residuos de embalaje de los consumidores sino que disminuye la cantidad de energía necesaria para producirlos. El proceso de producción para el rellenado de las bolsas es mucho más efectivo en lo que respecta a la energía que el proceso de producción de la botella. Además, las bolsas rellenables vacías se pueden transportar de una forma más compacta por lo que se necesita un 85% de combustible menos para entregarlos en las fábricas.



plo, a través de las propiedades de cuidado de la manteca de karité y yogurt o el efecto calmante del aloe vera. Al mismo tiempo, contribuimos a la conservación de los recursos mediante el uso de materias primas renovables en nuestras fórmulas. Más de dos terceras partes de los ingredientes de las fórmulas de productos de nuestros jabones, champús y geles de ducha ahora están hechos con materias primas renovables. También estamos comprometidos con los aspectos ecológicos y sociales al comprar materias primas renovables. Usamos cada vez más ingredientes provenientes de cultivos orgánicos controlados en nuestras fórmulas. Además, al comprar ingredientes buscamos oportunidades de cooperación con proveedores y *partners* locales que apoyen el comercio justo con los países de origen.

### Seguro de usar

Todos los productos cosméticos y sus correspondientes ingredientes han sido sometidos a un exhaustivo programa de evaluación y exámen para asegurar su compatibilidad con la salud humana y el medio ambiente.

Empleamos experimentos in-vitro sin animales (llevados a cabo en un tubo de ensayo) y estudios dermatológicos para valorar la compatibilidad de nuestros productos cosméticos acabados. Hemos estado desarrollando métodos de ensayo alternativos desde principio de los años 80 para reemplazar la experimentación animal que

legalmente se prescriben para algunos ingredientes. En los últimos años, por ejemplo, las pruebas in-vitro para determinar la absorción y la compatibilidad con la piel se han introducido con éxito. **SR** páginas 9 y 10.

### Y sin problemas tras su uso

Después de que un producto ha sido usado, su compatibilidad medioambiental se manifiesta en dos ámbitos – en la biodegradabilidad de los ingredientes y en el reciclaje del embalaje.

De todos nuestros productos, aquellos que en su proceso han usado aguas residuales, están formulados para que, tras su uso, tengan una biodegradabilidad óptima. Queremos lograr más progresos y nos hemos fijado el objetivo de aumentar la proporción de ingredientes biodegradables en nuestros jabones, champús y geles de ducha desde un 65% a un 80% en 2012.

Para reducir los residuos de embalajes, nos esforzamos continuamente por disminuir la cantidad de material usado en nuestro embalaje tanto como nos es posible sin comprometer la calidad y la estabilidad del mismo. También aún buscamos bioplásticos adecuados que satisfagan nuestras más altas exigencias en materiales de embalaje.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 22



### Liderazgo en innovación con certificación en sostenibilidad

El año pasado, aumentamos significativamente la proporción de nuestros productos cosméticos que tienen un buen perfil de sostenibilidad. Cada vez más, formulamos nuestros productos en esa división para que no contengan colorantes artificiales o ingredientes perfumados, poli etilenglicol o aceites minerales de parafina. El contenido natural de productos seleccionados se somete a un proceso de certificación muy riguroso y es confirmado por organismos independientes, como la organización ECOCERT. En su proceso de certificación, ECOCERT no solo verifica los ingredientes utilizados, si no que audita todo el proceso de fabricación, incluyendo la certificación de los lugares de fabricación según los requerimientos específicos. Nuestros primeros productos en llevar la etiqueta ECOCERT son el dentífrico

Vademecum Bio, los jabones líquidos Le Chat Bio Apricot y Le Chat Bio Fig. Satisfacen los criterios ecológicos más estrictos en toda la cadena de valor.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 23



# Adhesive Technologies

## Focalización estratégica en sostenibilidad

Somos líderes mundiales en adhesivos y selladores – tecnológica y ecológicamente, en términos de compatibilidad con la salud. Nuestros adhesivos, selladores y productos de tratamiento de superficies atienden a muchos y diferentes mercados, como automoción, electrónica, aeroespacial e industrias metalúrgicas, fabricación de bienes de consumo duraderos, reparación y mantenimiento, y la industria de embalajes. Ayudan a crear y mantener valor en las aplicaciones industriales y proyectos de construcción, en un trabajo hecho por profesionales artesanos y aficionados al “Hazlo tú

mismo”, así como en los hogares, escuelas y en oficinas. Los adhesivos, selladores y tratamientos de las superficies se pueden usar para reparaciones del día a día, para proteger los edificios contra el frío y las humedades, hacer que los paneles solares sean adaptables y fabricar productos que duren más, ligeros, y más eficaces.

Nuestros productos y tecnologías innovadores – incluidos los que se incorporaron al adquirir los negocios de National Starch – combinan beneficios económicos para los clientes y consumidores con la responsabilidad hacia la gente y el medio ambiente. En muchos casos, podemos ayudar a disminuir el consumo de energía, agua y costes



### Tres problemas - una solución para ventanas y paredes



Los edificios pierden calor, sobre todo a través de las ventanas, puertas y fachadas. Como único proveedor mundial, en la actualidad comercializamos dos sistemas de aislamiento certificados - WINTeQ, sellador de ventanas y aislante de fachadas Ceresit - para los tres problemas importantes: pérdida de energía, humedad y ruido. El concepto se completa con el calculador de ahorro energético, unos cursos de formación y un sitio de Internet.

[www.henkel321.com](http://www.henkel321.com)



### Henkel redefine el proceso de pre tratamiento del metal



Eficaz, económicamente atractivo y sano medioambientalmente hablando - TecTalis es la nueva tecnología innovadora de Henkel para proteger los metales contra la corrosión. Reemplaza el método de pre tratamiento del fosfato de zinc en la industria de la automoción y bienes de larga duración, recortando los costes de proceso y reduciendo tanto la sobrecarga del medio ambiente como el consumo de energía.



### Nuevo adhesivo para turbinas de aire

Con Macroplast UK 8340 somos la primera compañía en desarrollar adhesivos certificados de poliuretano para turbinas de aire usadas en la construcción que cumplen con las directrices para turbina de paleta de rotor. Los fabricantes de turbinas de aire se benefician de la nueva tecnología gracias a los procesos optimizados, mayor productividad y costes menores.



### El primer adhesivo instantáneo adaptable del mundo

Loctite Ultragel Super Glue se adapta instantáneamente, fuertemente, resistente al agua pega superficies de madera, metal, plástico, goma y piel, es por lo tanto ideal para uso en interiores y exteriores. La adaptabilidad del producto se basa en partículas microscópicas de caucho. La reparación rápida y fiable de bienes de consumo duraderos alarga su vida y preserva los recursos.



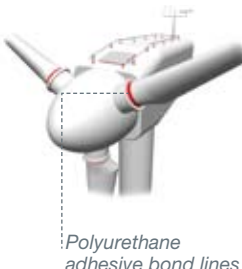
### Máximos estándares para seguridad en envasado flexible de alimentos

La seguridad de embalajes flexibles es una máxima prioridad en la industria alimentaria y de envasados. Los sistemas utilizados no sólo deben proteger los alimentos de las influencias del exterior, además deben evitar la contaminación de las sustancias dañinas dentro de los mismos materiales de envasado. La cuarta generación de los adhesivos laminados Liofol posibilita un estándar sin precedentes gracias a su solidificación excepcionalmente rápida.



### Temperaturas de fundido menores para adhesivos de embalajes

A través de la adquisición de los negocios National Starch, Henkel ha sido capaz de expansionar más su liderazgo en el sector de los adhesivos de embalaje. Tradicionalmente, el embalaje de adhesivos termo fusible tenía que ser aplicado de 160 a 180 °C, pero nuestro Cool-Melt Ultra puede usarse a tan sólo 100°C. Por lo tanto, nuestros clientes se benefician de la reducción de los costes energéticos.



de eliminación de residuos optimizando productos y procesos.

Nuestras soluciones de sistemas se basan en nuestro conocimiento de los procesos de los clientes y a menudo se generan trabajando como un equipo con los clientes, fabricantes de equipos y proveedores de materias primas. Este conocimiento nos permite cuantificar los beneficios que nos aportan nuestras innovaciones y mostrar esta transparencia a nuestros clientes, por ejemplo con el Calculador de Valor. Así ayudamos a optimizar toda la línea de producción.

### Diferentes formas de conseguir progresos

Las innovaciones y revisiones de nuestro portfolio de productos nos ayudan a mejorar el funcionamiento de nuestros productos y tecnologías, hacer los procesos más eficaces, reducir las aplicaciones relacionadas con la sobrecarga medio ambiental aún más y alcanzar mayores progresos en compatibilidad con la salud. Durante muchos años, por ejemplo, hemos seguido una política de sustitución constante de metales pesados y disolventes con alternativas de alto rendimiento que hacen posible ofrecer tecnologías y reticulaciones ultravioletas y adhesivos termo fusibles. Si nos encontramos con dificultades debido a los requisitos técnicos o a las condiciones del mercado, buscamos soluciones para desarrollar programas de sustitución a largo plazo.

Para optimizar las características del producto nuestros responsables de desarrollo también usan recursos renovables. Un ejemplo internacionalmente familiar es la barra adhesiva Pritt, cuya formulación es ahora a base



*Bonderite NT de Henkel es un pretratamiento nanocerámico para superficies de metal que, no sólo ofrece una mejor calidad, si no que además, es ecológico y económicamente superior al fosfatado de hierro tradicional. Por este producto, en junio de 2008, el Profesor Dr. Ramón Bacardit (segundo desde la izquierda), Vicepresidente Corporativo del area de Investigación de Adhesive Technologies, recibió el premio al medioambiente de la Federación de Industrias Alemanas (BDI).*

de materias primas renovables. Henkel posee una larga tradición en el uso de materias renovables. A principios de los años 20, fabricamos adhesivos provenientes del almidón, pegamento de decoradores y cola para papel proveniente de harina de patata. Durante décadas la celulosa también ha sido una materia prima importante, de la que obtenemos, por ejemplo, celulosa de metilo para la pasta de empapelar.

En todo el mundo, nuestros adhesivos hechos a medida, selladores y tratamientos para superficies proporcionan a Henkel la experiencia para el desarrollo de fuentes de energía nuevas y limpias como por ejemplo las células de carburante flexible y los paneles solares ligeros.



### Adhesivos de ingeniería innovadora

La próxima generación de aviones, como la del Airbus A350 o Boeing 787 Dreamliner, tendrán cerca del 50% de compuestos de fibras. Hasta ahora, la composición de las fibras naturales se debían almacenar a temperaturas bajo cero y después se descongelaban para que puedan ser tratadas. Gracias a nuestra nueva tecnología Épsilon, la composición de las fibras puede almacenarse a temperatura ambiente. Esto simplifica el proceso, reduce la cantidad de material desechable y disminuye el consumo de energía durante la fabricación de aviones. Mayor resistencia termal, estabilidad y dureza de los materiales son ventajas adicionales. En la actualidad los procedimientos de aprobación de los principales fabricantes de aviones ya han comenzado.

Si comparamos en peso la composición de las fibras modernas veremos que son diez veces más fuertes que los cables de acero o aluminio. Esto posibilita a los ingenieros incrementar la resistencia de las piezas mientras reducen su peso y aviones más ligeros que consuman menos carburante.

[www.henkepsilonresin.com](http://www.henkepsilonresin.com)





La interacción de las herramientas de dirección compañía y los programas de acción locales nos permiten igualar los proyectos de optimización a procesos locales y retos regionales dirigidos. En 2008, implementamos numerosos proyectos para mejorar la eficacia de los recursos en nuestras plantas **SR** véase cuadro inferior. Así fuimos capaces de mejorar nuestro funcionamiento en indicadores de sostenibilidad aún más durante el periodo informado **SR** véase interior de portada. Nuestros ahorros en consumo de energía jugaron un papel clave en amortiguar el impacto de precios más elevados de energía en nuestros resultados operativos. Además, mediante la reducción asociada de emisiones dióxido de carbono estamos ayudando a los países en los que operamos a acercarnos y conseguir sus objetivos de protección medio ambiental.

### Transferencia de conocimientos y tecnologías











Mediante la transferencia de conocimientos y tecnología en nuestras plantas, aseguramos el uso global de procesos de producción seguro, eficaz y conservadores de recursos. Esto va unido a la introducción de métodos de gestión modernos, desarrollo profesional y programas de capacitación para nuestros colaboradores. El comportamiento

líder así como la formación del personal y la ampliación de sus conocimientos son papeles fundamentales en la focalización de prosperidad de Henkel en sostenibilidad. Desde 2007, por consiguiente, hemos priorizado el programa de formación especial de Liderazgo en Seguridad, Salud y Medio Ambiente (SHE). El programa contiene una serie de evaluaciones de riesgo para la gestión de emergencia y sistemas. Hasta ahora hemos llevado a cabo ocho seminarios SHE de tres días a los que asistieron un total de más de 140 directores de producción de nuestras plantas en Asia, África, Europa y América. Estos seminarios también promueven el intercambio de experiencia.

### Estándares mundiales

Nuestros estándares de seguridad, salud, medio ambiente (SHE Estándares) y nuestros Estándares Sociales aplicados a todas nuestras plantas del mundo. Llevamos a cabo auditorías para asegurarnos de que los estándares se implementan adecuadamente **SR** página 7. Las auditorías son un instrumento decisivo para identificar los riesgos y las mejoras potenciales y juegan un papel fundamental en el traspaso de conocimientos a nivel mundial. Para obtener una visión integrada de nuestras regiones esta-

### Contribuciones mundiales para el incremento de la eficacia de los recursos

Áreas focales	Contribución
	» <b>Pune, India</b> Optimización en la fabricación de adhesivos mediante la instalación de una nueva unidad de prensa de extrusión para la mezcla de adhesivos. Resultado: Disminución del 30% de consumo de energía de la planta.
	» <b>Yantai, China</b> Varias campañas para motivar la implicación de los empleados en el ahorro de energía en la planta, como graduando las temperaturas de los aires acondicionados al máximo y al mínimo. Resultado: Disminución del 7% en consumo de energía.
	» <b>Chonburi, Tailandia</b> Amplias medidas para incrementar la eficacia, incluyendo una mejora en la capacidad de uso de las plantas de mezclado para la producción para cosméticos. Resultado: Disminución del 28% en consumo de energía.
	» <b>Maribor, Eslovenia</b> Amplias medidas para reducir el consumo de energía y agua. Resultado: Disminución del consumo de energía y agua en un 9% y un 13% respectivamente.
	» <b>Montornès, España</b> Una nueva técnica permite mezclar ingredientes de detergente en polvo sin añadir agua. Por tanto el detergente ya no necesitará ser secado en la torre de aspersion. Resultado: Disminución del 20% en consumo de gas y un 23% en consumo de agua.
	» <b>Norrköping, Suecia</b> Implementación de numerosos proyectos de optimización en todas las áreas de fabricación de adhesivos. Resultado: Disminución del 8% en consumo de electricidad, un 22% en consumo de agua y un 14% de residuos.
	» <b>St. Louis, Missouri, EEUU</b> Cambio en la fabricación de detergentes hacia los concentrados. Resultado: Disminución del 33% en consumo de agua y un 29% en residuos en la planta.
	» <b>Woodruff, Carolina del Sur, EEUU</b> Rediseño de distribución de envases de cartón para adhesivos de envasado industrial. Resultado: Disminución del 27% en material externo de embalaje.
	» <b>Mixco, Guatemala</b> Optimización del proceso de producción en la planta de fabricación de detergente en polvo. Resultado: Disminución del 11% en consumo de energía en la torre de aspersion.
	» <b>Bogotá, Colombia</b> Amplia optimización del proceso de limpieza y de la planta tratamiento de aguas residuales en las instalaciones de fabricación de cosméticos. Resultado: Disminución del 22% en volumen de aguas residuales y reducción del 53% en residuos.

mos ampliando constantemente nuestras auditorías para cubrir también centros de logística y subcontratados.

Desde el 2006, todas las plantas de fabricación llevan a cabo autoevaluaciones en áreas de seguridad, protección medio ambiente, seguridad y salud laboral.

Tenemos nuestros sistemas de gestión medioambiental en cada una de nuestras plantas con certificación externa, si es que ello reporta ventajas competitivas. A finales del 2008, alrededor el 54% del volumen de producción se fabricó en plantas certificadas con el ISO 14001 estándar de gestión medio ambiental internacional. Sobre el 62% del volumen de producción provenía de las plantas certificadas con los estándares de gestión de calidad internacional.

### Afianzar los estándares de Henkel tras las adquisiciones

Justo después de la adquisición de los negocios National Starch en Abril de 2008, creamos un diálogo intenso entre los responsables de protección medio ambiental, responsables de salud laboral y seguridad en ambas organizaciones. Además de la integración de las plantas de National Starch en los sistemas de procesos de datos de Henkel, los temas discutidos incluyen, ante todo, una comparación de los estándares SHE existentes en Henkel, sistemas de información y dirección con los de National Starch.

Como base comparativa, cada planta recién adquirida evaluó sus propios resultados en las áreas de protección del entorno, salud y seguridad laboral. Los resultados mostraron claramente que hay un alto nivel de correlación entre los estándares y los sistemas. Por lo tanto, fue posible incorporar nuevas plantas en un sistema de información uniforme en 2008. Sólo algunas áreas tuvieron que ser examinadas para asegurar el cumplimiento con los estándares de Henkel. Al mismo tiempo, se identificaron las áreas en las que Henkel puede aprender de los procedimientos existentes en la organización National Starch.

### Planificación logística: Una ecuación con muchas variables

Nuestra planificación logística está adaptada a la naturaleza de los productos a transportar. Para productos relativamente voluminosos reducimos el kilometraje de transporte y la carga ambiental al mantener las instalaciones regionales de producción. Esto se aplica sobre todo a nuestros detergentes, limpiadores del hogar, algunos cosméticos y adhesivos. Los productos más compactos de menor peso son menos exigentes en materia de transporte, de manera que se producen centralmente en grandes cantidades siempre que sea posible. Nuestros pegamentos instantáneos, por ejemplo se producen en sólo algunas instalaciones del mundo.

### Incidentes operativos en el 2008

**Brasil:** En marzo de 2008, en nuestras instalaciones en Boituva, casi dos metros cúbicos de una mezcla de agua y disolvente rebosaron del sistema contenedor, se encontraron con el sistema de drenaje del agua de la lluvia y se derramaron por el suelo fuera de las instalaciones. Nosotros inmediatamente informamos a las autoridades medioambientales de las acciones a seguir necesarias para minimizar las consecuencias fuera del edificio de Henkel. Gracias a la reacción unánime y profesional del equipo de emergencias que limpió la zona, las autoridades locales no impusieron sanción alguna. Un análisis final de la tierra y del agua del suelo indicó que el área no había sido contaminada.

Un análisis de causa origen demostró que un fallo en el sistema de monitorización del disolvente adicional causó el rebosamiento, primero el recipiente y después el sistema contenedor. La planta fue reparada y se diseñó un listado de acciones

preventivas para mejorar la seguridad de éste u otros procesos similares y evitar que en futuro ocurran incidentes parecidos.

**Polonia:** En agosto de 2008, hubo el mayor incendio de nuestro almacén central de cosméticos y adhesivos en Posen. El edificio, muchos de los productos acabados y materiales de promociones almacenados fueron destruidos. Gracias a la bien entrenada respuesta de nuestros colaboradores, todo el mundo fue capaz de salir sano del edificio. Realmente, el día anterior al incendio, el almacén había sido inspeccionado por las autoridades de protección contra incendios locales y no se habían identificado deficiencias. Probablemente el fuego se inició en el área de oficinas que pertenece al almacén que no está arrendado por Henkel. Las reacciones profesionales de nuestros colaboradores confirman la importancia de nuestros cursos de seguridad, salud y medio ambiente (SHE), que pensamos intensificar.



Además, nuestra red de distribución debe cumplir un número de solicitudes distintas. Debe conseguir que nuestros productos estén disponibles para nuestros clientes en el momento apropiado, en las cantidades correctas y en el lugar oportuno. Como parte de nuestro proyecto “Optimización de transporte y Almacén”, trabajamos continuamente para desarrollar eficientemente conceptos logísticos compatibles ambientalmente. Uno de los criterios de selección de nuestros socios logísticos es la eficiencia en la energía de sus flotas de vehículos. Participamos en la iniciativa paneuropea “Respuesta eficiente al consumidor” para identificar los progresos potenciales en nuestra cooperación con nuestros socios minoristas.

 [www.ecrnet.org](http://www.ecrnet.org)

### Logística como parte de nuestros restos de carbono operacional

Para conseguir un progreso integral en nuestros restos de carbono, nos esforzamos continuamente por mejorar y completar la base de datos de nuestra producción y emisiones logísticas. Hace muchos años, constituimos sistemas de dirección completos para nuestras operaciones de producción. Tratan nuestras emisiones de dióxido de carbono y las emisiones resultantes de la generación

de energía comprada a terceras partes  [página 24](#).

La medición de las emisiones de dióxido de carbono asociadas a la logística, en el transporte de nuestros productos o en viajes de negocios es bastante más difícil, sin embargo, están peor definidos, al igual que los límites del sistema, datos básicos, métodos y procedimientos. Por ejemplo, el consumo de combustible de cada camión, su capacidad y cada kilómetro recorrido debe saberse con exactitud para calcular las emisiones debido al transporte.

El cálculo para el 2008, basado en valores medios, factores de emisión y datos secundarios de bases de datos provenientes del ciclo vital existente, indica que las emisiones de dióxido de carbono anual atribuible al transporte de nuestros productos son del orden de 500.000 toneladas métricas. Para viajes de negocios calculamos una cifra de unas 150.000 toneladas métricas por año. Ambos valores son de Henkel global sin los negocios de National Starch. Examinamos el desarrollo de cerca, el transporte y almacenamiento de nuestros productos, así como los viajes de negocios y coches de empresa, en un esfuerzo concreto por encontrar formas de lograr un avance global en los residuos de carbono operacionales.

 [ver cuadro de abajo](#).



### Diferentes puntos de partida para un conjunto de mejoras

Área	Acción
Estructuras logísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Continuación del lanzamiento del concepto Eco-logistics en Alemania en 1994 con el objetivo de cambiar la carretera por el raíl en el transporte de los productos.</li> <li>» 2009: Inicio de entregas a nuestro almacén central de cosmética en Monheim cerca de Düsseldorf mediante ferrocarril.</li> <li>» Reducción del kilometraje de transporte alrededor de 1.25 millones de kilómetros de carretera por 125.000 kilómetros de ferrocarril, así reducimos las emisiones del dióxido de carbono en 5.200 toneladas métricas al año.</li> </ul>
Cooperación/ Sinergias	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Centralmente coordinados compras de logísticas y, si es posible, agrupación de partidas de transporte llevadas entre cada una de las instalaciones. Ejemplo en EEUU y Europa: Incremento del peso de envío y por consiguiente el uso de la capacidad de los camiones mediante la agrupación de las cantidades de transportes de las instalaciones vecinas de Henkel con las recién adquiridas de National Starch.</li> <li>» Expansión de cooperaciones en el transporte con otras compañías para evitar transportes vacíos.</li> </ul>
Optimización del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Optimización del producto suministrado en cuanto a peso y volumen, esto es posible sin comprometer la función y la estabilidad del embalaje. Ejemplo: Sustitución de detergentes líquidos de EEUU de la marca Purex por concentrados. Resultado: Evitar de alrededor de 17.000 toneladas métricas de emisiones de dióxido de carbono en las operaciones por año gracias a la reducción de volumen del producto.</li> <li>» Traslado paso a paso de la producción de material de embalaje a las instalaciones actuales.</li> </ul>
Viajes de negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Pautas para sustituir viajes de negocios en avión por videoconferencias y teleconferencias.</li> <li>» Ejemplo: Sólo en los últimos tres años, la duración de nuestras teleconferencias se ha multiplicado por diez. Esto ha supuesto un ahorro importante en emisiones de dióxido de carbono.</li> </ul>
Coches de empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>» 2008: Requisitos para vehículos de referencia y determinación de criterios de compra de nuevos coches.</li> <li>» Prueba de conceptos de combustible alternativo en diferentes regiones: Bioethanol en Suecia, motores híbridos en Japón.</li> </ul>

# Indicadores medioambientales

## Transparencia

A través del Grupo, usamos indicadores para identificar los progresos potenciales, programas de dirección y consecución de objetivos supervisados. Los indicadores también son importantes como medio compactos y transparentes para informar al público del progreso y del rendimiento.

Nuestros indicadores se basan en los indicadores medioambientales del Consejo de Industria Química Europeo. En el Informe de Sostenibilidad nos centramos en la publicación de principales indicadores importantes. El control de valores menos relevantes para nosotros es publicado sólo en internet. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 26

## Una imagen mundial

Los datos relacionados con la producción se obtuvieron en 226 centros de Henkel en 57 países, incluido los negocios de National Starch adquirida en 2008. Estos centros representan más del 95% de nuestra producción mundial durante el 2008. Los datos se validan centralmente para la elaboración del informe anual y también se comprueban localmente dentro del marco del programa de auditoría internacional [SR](#) página 8. Cualquier diferencia encontrada o notificada fuera de plazo se corrige retroactivamente en nuestro sistema de información. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 27

## Una base comparable

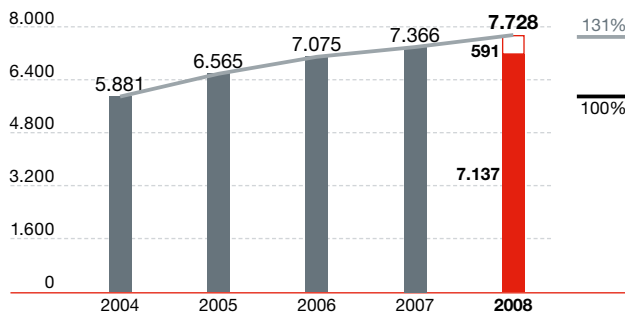
Henkel está creciendo igual que lo hacen el número de centros que aportan datos a los indicadores medioambientales – de 141 en el 2004 a 226 en 2008. Como el crecimiento no se da de una forma constante, hay saltos en las estadísticas. Los indicadores de los centros de National Starch han sido integrados en el sistema de información desde que se adquirieron esos negocios en abril de 2008. Las estadísticas para 2008 se muestran aparte para destacar el influjo de esta adquisición en nuestros indicadores medioambientales.

La curva del índice en los gráficos muestra el progreso de los indicadores medioambientales concretos relativo al volumen de producción (por tonelada métrica producida). La base para estas curvas del índice es el año 2004 (=100%).

Para simplificar la interpretación de las cifras, la participación de los centros adquiridos de National Starch del año 2008 se muestran con una barra blanca.

## Volúmenes de producción

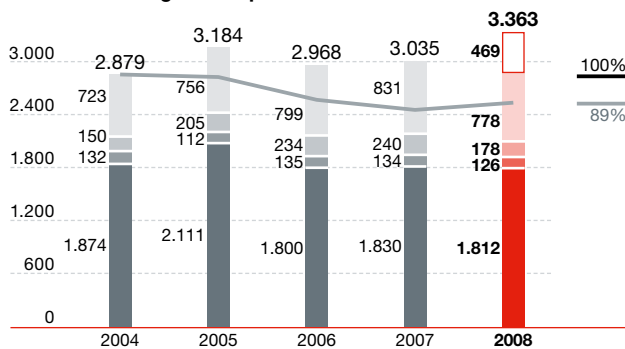
En miles de toneladas métricas



El volumen de producción alcanzó el 5% en el año 2008 como resultado de las adquisiciones, sobre todo la de los negocios de National Starch.

## Consumo de energía

En miles de megavatios por hora

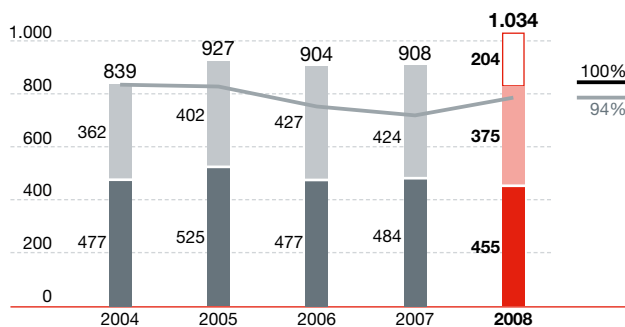


Energía adquirida
  Gasóleo
  Gas
  Carbón

Las energías adquiridas son la electricidad, el vapor y district heating generados fuera de las instalaciones.

## Emisiones de dióxido de carbono

En miles de toneladas métricas

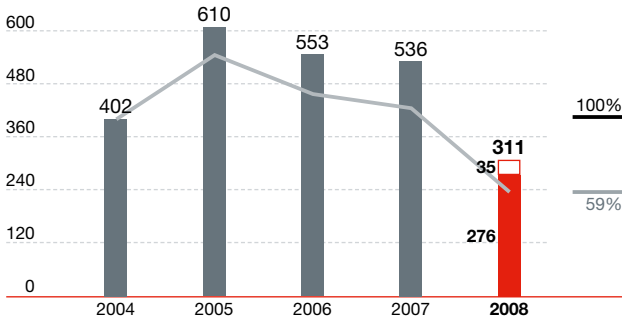


Emisiones de dióxido de carbono de la energía comprada
  Emisiones de dióxido de carbono propia de Henkel

La generación de energía es el origen de casi todo el dióxido de carbono emitido como resultado de las actividades de Henkel. Los valores facilitados incluyen el dióxido de carbono formado durante la generación de energía adquirida en centros que no son de Henkel.

### Emisiones de dióxido sulfúrico

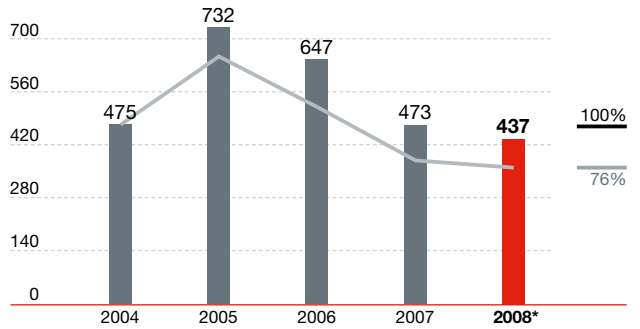
En toneladas métricas



Las emisiones de dióxido sulfúrico están descendiendo por los cambios en la mezcla de combustibles.

### Emisiones de compuestos orgánicos volátiles

En toneladas métricas

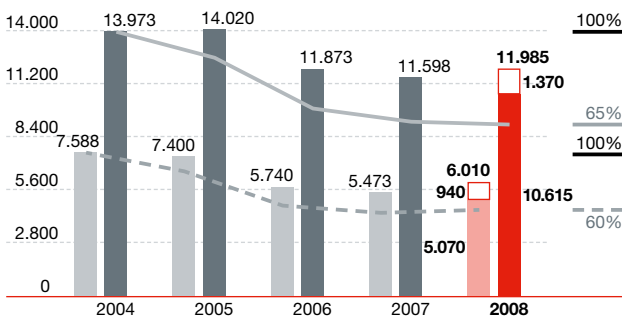


El aumento en 2004 y 2005 ante todo es debido a las adquisiciones. En 2007 y 2008 se implementaron medidas adicionales para reducir las emisiones de compuestos orgánicos volátiles.

\* Las estadísticas de compuestos orgánicos volátiles no incluyen los negocios National Starch.

### Consumo de agua y volumen de aguas residuales

En miles de metros cúbicos

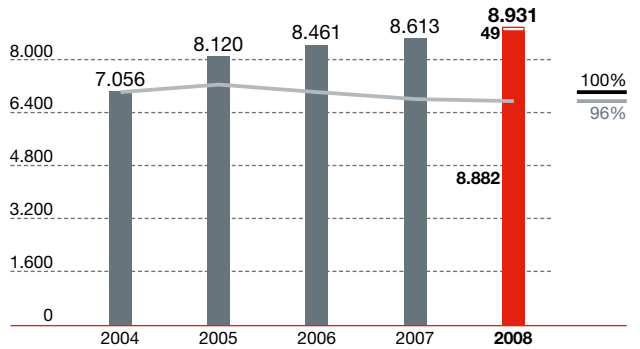


■ Consumo de agua ■ Volumen de aguas residuales

Los valores incluyen todo el agua, ya sea comprada o extraída de las propias fuentes de Henkel. La mayoría de esta agua está tratada. Debido a que el agua se pierde por la evaporación y muchos productos contienen agua, el volumen de aguas residuales es menor que el volumen de agua consumida.

### Emisiones de DQO en aguas superficiales

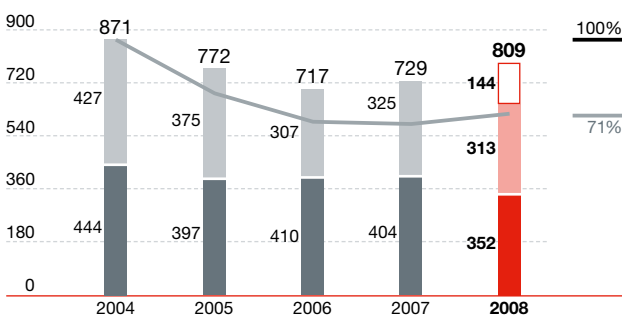
En toneladas métricas



Demanda química de oxígeno (DQO): Parámetro que mide la contaminación en aguas residuales con sustancias orgánicas.

### Metales pesados emitidos a aguas residuales

En kilogramos



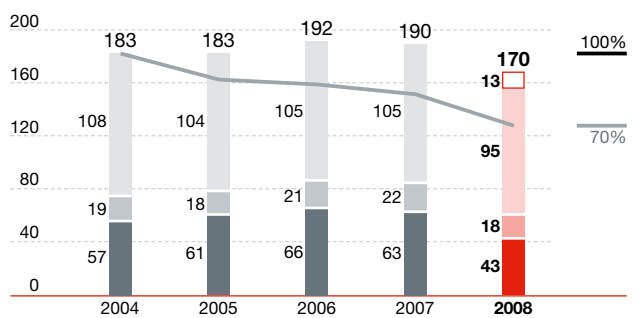
■ Plomo, cromo, cobre, níquel\* ■ Zinc

Como el zinc suele ser menos nocivo que otros metales pesados en cuanto a sus efectos en el medioambiente, la cantidad de zinc se muestra por separado.

\* Los metales pesados especialmente peligrosos como el mercurio o el cadmio no son relevantes en nuestra producción.

### Residuos reciclables y desechables

En miles de toneladas métricas



■ Residuos reciclables ■ Residuos peligrosos desechables

"Residuos peligrosos desechables" incluye todos los tipos de residuos que son clasificados como peligrosos bajo las leyes de los países respectivos, y los residuos peligrosos listados en la Convención de Basilea en 1989. Debido a que cada país continúa ampliando su lista de residuos peligrosos es posible que el volumen de los mismos incremente sin que haya habido ningún cambio en la situación de residuos en Henkel.

# Colaboradores y puestos de trabajo



El 1 de septiembre de 2008 117 jóvenes comenzaron su aprendizaje en Henkel, Düsseldorf. La foto muestra la ceremonia de bienvenida. En general, el pasado año, 511 principiantes recibieron formación en más de 20 profesiones en Alemania.

- » Fortalecer nuestro equipo global
- » Promoción de la diversidad y de la inserción
- » Objetivo: Cero accidentes laborales

## Centrados en la sostenibilidad

Fortalecer nuestro equipo global es una de nuestras tres prioridades estratégicas. Las aptitudes y rendimiento de nuestros colaboradores son factores clave para asegurar el éxito futuro de nuestra Compañía. Por lo tanto, animamos y formamos a colaboradores de 110 países para que puedan alcanzar su máximo potencial y les vinculamos con un compromiso personal a los logros de la Compañía. La gestión orientada mediante objetivos, remuneración en función del rendimiento, evaluaciones regulares y continuo aprendizaje crean las condiciones para ello. Promovemos de forma continuada el desarrollo de los colaboradores en diferentes niveles ejecutivos en función de las crecientes exigencias que afrontan.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 28

Nuestra cultura corporativa juega un papel fundamental al motivar a nuestros colaboradores y al asegurar un clima de trabajo positivo. Se basa en colaboradores que piensan y actúan de forma independiente. Reconocemos nuestra obligación de respetar la dignidad personal, proteger los derechos de privacidad de todos nuestros colaboradores y aplicar los principios de igualdad e imparcialidad. Ambos elementos han sido declarados como normas conductuales esenciales de nuestro Código de Conducta.

Una prioridad máxima en Henkel es la salud y la seguridad de todos los colaboradores. Nos esforzamos

continuamente por mejorar la salud y seguridad laborales. Existen programas especialmente diseñados para la promoción de la buena salud y para asegurar la capacidad de trabajo de nuestros colaboradores a largo plazo.

## Competir por los talentos más brillantes

En vista del desarrollo demográfico en Europa y la creciente competencia para encontrar colaboradores cualificados, es cada vez más importante asegurarse de que las posiciones de Henkel por sí mismas constituyan una oferta atractiva. Esto incluye buscar estudiantes con talento por todo el mundo, dirigiéndonos a ellos de forma personal y estableciendo vínculos estrechos con ellos lo más pronto posible. Ofreciendo prácticas desafiantes y a través del programa de contratación para estudiantes "Career Track", aspiramos establecer contactos intensos con graduados universitarios. Un ejemplo de ello es Henkel Innovation Challenge, un concurso abierto a los estudiantes de todas las disciplinas en once países de Europa. Ello nos brinda la oportunidad de convertirnos en concedores de los estudiantes más cualificados, motivados y con talento. [www.henkelchallenge.com](http://www.henkelchallenge.com)

## Gestión del talento

Las evaluaciones regulares del trabajo de nuestros colaboradores son un prerequisite esencial para su mayor desarrollo y motivación. Desde 1998, hemos estado utilizando el *Management Competencies Assessment* como herramienta global para evaluar la actuación de nuestro personal ejecutivo. Además utilizamos un sistema de



*En una gala festiva en Berlín, Alemania organizada por VICTRESS Initiative, Henkel obtuvo el premio corporativo VICTRESS. Tina Müller, Vicepresidenta corporativa de la unidad de negocio estratégico Cabello/Cuidado Facial-Corporal/Higiene Oral en el área de Cosmética/Cuidado personal, aceptó el premio en nombre de Henkel. En una iniciativa de 2005 este premio se había presentado a las compañías cuya política corporativa demuestre un apoyo positivo a las mujeres y a la familia. El jurado, compuesto por representantes de empresas, de la política y del público, quedó impresionado por el apoyo coherente a medidas de apoyo a la familia adoptadas por Henkel.*

evaluación y desarrollo adecuadamente adaptado para nuestros colaboradores no ejecutivos.

En entrevistas personales entre empleado y supervisor se identifican los potenciales de desarrollo y los planes de formación a seguir en base a los puntos fuertes y puntos débiles de cada individuo. Los directores se deben asegurar de que sus colaboradores tienen asignadas tareas exigentes mientras que también les apoyan a través de medidas formativas y de seguimiento personalizado, para ampliar su desarrollo continuo.

En 2008 creamos una Mesa Redonda de Desarrollo con el fin de identificar talentos, para el desarrollo minucioso del empleado y la planificación de carreras de nuestro personal ejecutivo. En cada unidad organizativa, los equipos directivos mantienen debates en torno a una mesa para planear un mayor desarrollo de los colaboradores que les reportan directamente. Comenzamos por los niveles de alta dirección en el 2008 y en el 2009 el proceso se ampliará para llegar a todo el personal ejecutivo mundial.

### **Desarrollo profesional continuo**

El desarrollo sistemático y la incentivación de las habilidades y capacidades de nuestros colaboradores son vitales para el éxito de Henkel. Tenemos disponible cursos de formación para todos los colaboradores en forma de seminarios, cursillos, e-learning y módulos dirigidos de desarrollo profesional. Hemos desarrollado un nuevo material, teniendo en cuenta aspectos de diversidad e inserción, para la gestión global y local de seminarios. Este material será una parte inamovible de nuestros cursos de formación a partir del 2009.

Para difundir la experiencia práctica y el conocimiento teórico al más alto nivel, hemos cooperado desde principios de los años 90 con socios externos y con las

principales escuelas internacionales de negocios. En 1997 creamos Henkel Global Academy para nuestro personal ejecutivo. Una media de 420 directivos participan en la Academy cada año.

En 2008, la Asociación de la Cámara Alemana de Industria y Comercio (DIHK) reorganizó el concepto de formación en lenguas de comunicación integrada desarrollado por Henkel. Nuestros colaboradores lo pueden usar siempre que sea necesario para aprender una nueva lengua o mejorar sus habilidades lingüísticas.

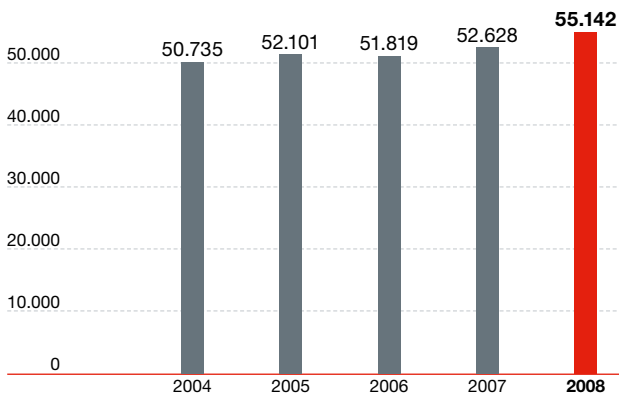
### **Diversidad e inserción**

La diversidad es un componente importante de nuestra cultura corporativa. La internacionalidad de Henkel se ve reflejada en la estructura de nuestra plantilla. Estamos convencidos de que las diferentes culturas y competencias de nuestros colaboradores nos ayudan a entender mejor nuestros mercados y a asegurarnos el éxito a largo plazo. Queremos disponer de los mejores equipos – sin distinción de edad, sexo y nacionalidad de sus miembros. Seleccionamos colaboradores en base a su competencia y potencial, en lugar de para satisfacer cupos.

Los cambios sociales como en envejecimiento de la población de los estados industrializados del oeste y la falta de perspectivas asociadas de los contratos para jóvenes suponen nuevos e importantes retos para la Compañía. Hemos desarrollado un “radar demográfico” en cooperación con RTWH (Universidad de Aachen, Alemania) con el que podemos simular la estructura de la edad de nuestra plantilla mundial bajo esas condiciones. Si usamos la información obtenida de esta forma, desde el principio podemos tomar medidas en la gestión de recursos humanos para permitir enfrentarnos mejor con los desafíos del desarrollo demográfico.

### Colaboradores mundiales

A partir del 31 de diciembre\*



\*Datos reformulados del año anterior; base: personal fijo, excluido prácticas

### Colaboradores por región

A partir del 31 de diciembre*	2007	2008	en %
Europa/África/Oriente Medio	33.687	33.485	60,7%
Norte América	6.438	7.360	13,4%
América Latina	4.268	4.293	7,8%
Asia Pacífico	8.235	10.004	18,1%
<b>Henkel</b>	<b>52.628</b>	<b>55.142</b>	<b>100%</b>

\*Datos reformulados del año anterior; base: personal fijo, excluido prácticas

### Directores

A partir del 31 de diciembre

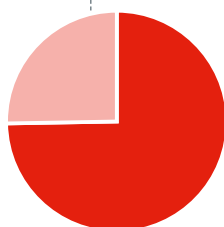
**Total directores**  
9.711 colaboradores  
Promedio edad: **42,6**

**Altos cargos\***  
795 colaboradores  
Promedio edad: **47,1**

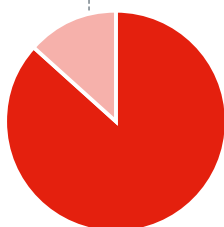
**77 nacionalidades**

**44 nacionalidades**

Proporción de mujeres **26,4%**



Proporción de mujeres **13,7%**



\* Management Board, Corporate Senior Vice Presidents, Management Circles I and IIA worldwide.

En 2008 desarrollamos e implementamos medidas fundamentales en cuanto a diversidad y a estrategia de inserción. Entre otros aspectos esperamos que nuestros contratos en prácticas sean normalizados para que los tres candidatos finales que opten a un puesto reflejen la diversidad en cuanto a edad, género y nacionalidad.

Sólo podemos explotar las habilidades y las capacidades de nuestros colaboradores al máximo si les ayudamos a controlar el reto de combinar carrera y familia. En consecuencia, estamos planeando ponerlo aún más fácil a nuestros colaboradores, disfrutar de un horario laboral flexible, trabajo a tiempo parcial, despachos en casa - siempre que sea viable económicamente- y tener debida cuenta de las circunstancias personales. Creemos que esto fortalecerá los vínculos de nuestros colaboradores con la Compañía. El horario flexible se ha establecido hace tiempo en muchas de nuestras instalaciones. En 2008, también introdujimos los modelos de tiempo flexible laboral en nuestras instalaciones de Rusia, en Moscú y San Petersburgo. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 29

### Integración eficaz

Con la adquisición de los negocios de adhesivos National Starch nos enfrentamos al reto de integrar unos 6.000 colaboradores en 40 países de seis continentes lo más rápidamente posible. Antes del “día uno” – el 3 de abril de 2008 – comparamos las culturas corporativas de National Starch con las de Henkel e entrevistamos unos 1.000 colaboradores de ambas compañías. Las culturas corporativas mostraron muchas más similitudes que diferencias. Sólo el modelo de organización y el proceso de toma de decisiones resultaron ser diferentes. Después del análisis de los recién adquiridos negocios y la introducción de una estructura de organización modificada, fuimos capaces de crear rápidamente una base para aunar desarrollo al final del segundo cuatrimestre de 2008.

Se comprobó que ambas compañías también usaban herramientas y filosofías similares en sus sistemas de recursos humanos. Hoy, justo un año después de la fusión de los negocios, la adaptación de los sistemas de personal ha facilitado muchas sinergias en la gestión de recursos humanos. Además, los datos de recursos humanos y los sistemas de contabilidad de nóminas se armonizaron en la primera mitad de 2009.

## Programa para incrementar la Eficiencia “Global Excellence”

Los cambios de largo alcance a largo plazo ya se veían venir en los mercados más importantes en 2007. En respuesta a las demandas del mercado variable, formulamos un programa de aumento de la eficiencia integral en su fase inicial, con la intención de optimizar estructuras y procesos para hacer Henkel aún más competitiva. En Febrero de 2008, anunciamos que el programa de reestructuración significaría la reducción de unos 3.000 puestos de trabajo en todo el mundo, todas las regiones y sectores de negocio. La reestructuración suponía el cierre de algunas instalaciones. Todas las medidas de recursos humanos se han implementado de una forma responsable socialmente con la intención de minimizar los riesgos y privaciones frente a los colaboradores afectados. Siempre son prioritarias las amortizaciones naturales de puestos de trabajo y jubilaciones anticipadas. También apoyamos activamente a los colaboradores en su búsqueda de nuevas posiciones, recomendándoles a otras empresas o poniéndoles en contacto con asesores externos. Los organismos que representan a los colaboradores han sido informados desde el principio antes de cada decisión y sus recomendaciones se han tomado en cuenta siempre que ha sido posible.



*Henkel ha recibido el certificado “Move Europe-Partner Excellence 2008” de la Red Europea para la Promoción de la Salud Laboral por su compromiso con la gestión de la salud laboral, sobre todo en los ámbitos de dieta sana, dejar de fumar, salud mental y actividad física para fomentar la salud.*

*Los programas de incentivación de la buena salud, incluidas una amplia gama de medidas preventivas, están a disposición de todos los colaboradores de Henkel. Move Europe es una iniciativa de la Red Europea para la Promoción de la Salud Laboral (ENWHO), y es una campaña para mejorar la salud en los lugares de trabajo relacionadas con el estilo de vida en Europa.*

[www.enwho.org](http://www.enwho.org)

## Ejemplos del programa de reestructuración

El proyecto más grande Alemán es el plan para concentrar la producción de detergentes en Düsseldorf. Nuestra planta de detergentes en Genthin, donde trabajan en la actualidad 240 personas, se cerrará por consiguiente a finales de 2009. La expansión de la producción de detergentes líquidos en Düsseldorf creará 90 nuevos puestos de trabajo que se ofrecerán a los colaboradores de Genthin. A la vista de la significancia de la planta de Genthin para Henkel y la región, tenemos conversaciones intensivas con todas las partes implicadas - también de cara a soluciones alternativas. No obstante, los elevados costes de transporte y fabricación, en particular, hacen necesaria la reubicación de la producción. Düsseldorf es la ubicación central, desde donde podemos servir a todos los mercados de Europa Occidental. Junto con el estado de Saxony-Anhalt, Henkel continúa haciendo una búsqueda intensiva de inversores que puedan ofrecer una alternativa para la planta de Genthin. Junto a nuestros accionistas sociales, ahora nos estamos

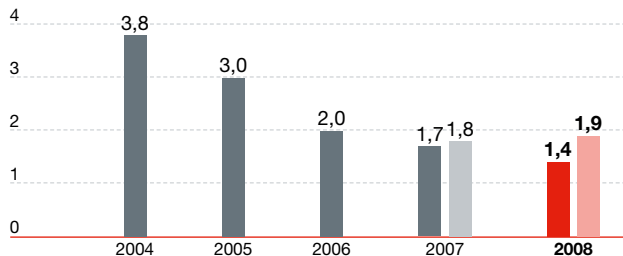
centrando en encontrar nuevos empleos para los trabajadores de Genthin, tanto en Henkel como con otros contratantes. A esos colaboradores les estamos dando la preparación apropiada para ayudarles con sus solicitudes de trabajo.

En 2009, para utilizar la capacidad de la planta más eficientemente, la producción de la planta de Malgrat, España, se fusionará con la de la planta de Montornés, a 50 kms de distancia. En negociaciones preparatorias intensas, los representantes de los colaboradores y los directores del lugar desarrollan soluciones para la necesaria reubicación. A los colaboradores de Malgrat se les ha ofrecido un nuevo puesto en Montornés, quienes se beneficiarán de un servicio de transporte diario. Henkel ha ofrecido compensaciones de acuerdo con el número de años trabajados a los colaboradores que no han podido ser reubicados en Montornés. También se ha presentado un plan de jubilaciones anticipadas.

# Salud laboral y seguridad

## Accidentes laborales por millones de horas trabajadas

Al menos un día de baja laboral (excluyendo accidentes de los desplazamientos diarios al lugar de trabajo)

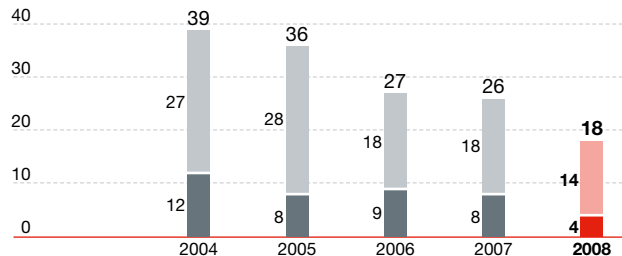


■ Colaboradores de Henkel  
■ Colaboradores de empresas externas que trabajan en las instalaciones de Henkel y que son directamente contratados. (Incluido por primera vez en 2007)

El 98% de colaboradores de Henkel estaban cubiertos

## Accidentes laborales graves

Más de 50 días de baja



■ Accidentes durante las actividades de producción habituales  
■ Accidentes durante desplazamientos internos (ej. Tropiezos)

El 98% de los colaboradores de Henkel estaban cubiertos

Ya en el año 2000, priorizamos sobremanera la salud laboral y seguridad en la Compañía fijándonos el objetivo de cero en accidentes. A través de la formación y las medidas de soporte, ya fuimos capaces de reducir el número de accidentes laborales en un 86% entre 1998 y 2007. La identificación prematura de los riesgos y la prevención de accidentes juegan un papel crucial para ello.

Hemos tomado el año 2007 como referente y los logros alcanzados como base, nos hemos propuesto un nuevo objetivo interno: reducir los accidentes laborales en más de un 20% en el 2012. Si es posible, los contratistas externos que trabajan en nuestras instalaciones también serán integrados en nuestro sistema de control de bajas por de accidentes laborales. Además, incluimos a los colaboradores de las empresas externas a nuestros cursos de formación que se basan en los requisitos de Henkel en seguridad y salud. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 30

## Accidentes desafortunados con víctimas

Nuestro fuerte compromiso con la salud laboral es una de las principales razones por las que Henkel no experimentó accidentes mortales en los años 2006 y 2007. En el año 2008, un vendedor en Rusia murió en un accidente de tráfico cuando iba a visitar a un cliente. Otros dos colaboradores de Henkel y uno externo que hacían trabajos para Henkel murieron en accidentes ocurridos dentro de su horario laboral pero que no estaban relacionados con sus trabajos reales. Informamos de estos

accidentes por razones de transparencia ya que, de alguna forma, están catalogados dentro de la definición de accidentes laborales de la OCDE (Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica), o fueron noticia en la prensa local:

- » Un empleado británico de Henkel falleció en un accidente de moto ocurrido en Alemania cuando iba de camino a Italia para participar en una reunión de negocios. El uso de motocicletas no está dentro de las normas de conformidad de Henkel para viajes de negocios pero no se prohibió expresamente en nuestra filial.
- » Un empleado externo dedicado al apoyo de ventas de Henkel en Huixquilucan, Méjico, fue herido de muerte al caerle unas puertas encima en un centro de bricolaje. El accidente ocurrió en una zona de acceso restringido y no estaba en absoluto relacionado con el trabajo de la compañía externa del empleado.
- » Un vendedor de Henkel intentó evitar un robo fuera de nuestras instalaciones en Xuzhou, Jiangsu, China, los ladrones le hirieron mortalmente a pesar de que los servicios de emergencias llegaron al lugar en cinco minutos. Consecuentemente, los culpables fueron encarcelados.



# Compromiso social



Tras el tsunami del Océano Índico en 2004, Henkel creó una escuela para más de 90 chicos y chicas en Ranganathapuram, India. Los chicos aprendían carpintería, electricidad y otros oficios mientras que las chicas aprendían costura, bordados y el manejo de ordenadores. Todos los jóvenes están recibiendo una buena educación general. En 2008, un curso de agricultura ecológica comenzó en escuelas del campo. También en 2008, la escuela recibió la aprobación oficial del gobierno como centro de formación.

- » **Henkel Smile: Tres elementos principales para la sociedad**
- » **Objetivos de desarrollo del milenio: Nuestras aportaciones**
- » **Una década de MIT: Aniversario del proyecto**

## Henkel Smile

El compromiso social juega un importante papel en nuestra cultura corporativa. Es una tradición firmemente arraigada a lo largo de nuestra historia en nuestros valores corporativos que se refleja en nuestras actividades diarias. Henkel Smile crea una serie de actividades de ciudadanía corporativas de la Compañía que se extiende más allá de los intereses que proporciona el negocio directo.

Esto se basa en la convicción de que las soluciones que se alcanzan conjuntamente beneficiarán a los involucrados. Para lograr un acuerdo duradero, nos centramos en ayudar a la gente para que después ellos se auto ayuden. Colaboradores y jubilados son el impulso del compromiso de ciudadanía corporativa mundial de Henkel. Están en el alma del proyecto Henkel Smile, desde su selección, organización, dirección a la participación activa.



 [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 31

Hemos estructurado nuestras actividades globales en tres elementos principales:

- » MIT (Make an Impact on Tomorrow) – Compromiso de los colaboradores,
- » HFI (Henkel Friendship Initiative) – Fondo de emergencia,
- » Proyectos Sociales Conjuntos – Compromiso con la marca y corporativo.

Apoyamos actividades en las áreas de necesidades sociales, educación y ciencia, fitness y salud, arte, cultura y el medioambiente. Henkel Smile va más allá de la suma de sus tres elementos esenciales, puesto que a menudo se refuerzan entre ellos y generan sinergias. Un proyecto laboral en Kenia, por ejemplo, fue el resultado del compromiso de la marca Schauma en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Las medidas de ayuda de emergencia de HFI tras el Tsunami en el Océano Índico en 2004 dieron lugar al desarrollo de numerosos proyectos MIT que están centrados en la reconstrucción de las escuelas y las infraestructuras. En 2008, la cantidad total destinada a todas las actividades de apoyo de Henkel Smile fue de 7.5 millones de euros.

## Progreso social orientado

En el año 2000, los jefes de estado y líderes de gobierno de 189 países acordaron ocho objetivos de desarrollo, se conoce como Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. Estos objetivos deberían cumplirse en 2015. Henkel también contribuye al logro de estos objetivos. Como prueba clara, Henkel se unió al Pacto Mundial de Naciones Unidas en 2003  ver cuadro abajo.  [www.un.org/millenniumgoals](http://www.un.org/millenniumgoals)

En todas las regiones donde está Henkel, nuestros colaboradores y jubilados se ocupan en actividades que contribuyen al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Más de la mitad de sus proyectos se encuentran en países emergentes y en vías de desarrollo. Organiza-

ciones locales filiales juegan un papel importante al hacer realidad estos proyectos.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas se han tomado en cuenta en las fases de planificación y presupuesto de todos los proyectos de actividades.

Por consiguiente, el progreso puede ser medido y los avances pueden ser documentados. En muchos casos, un proyecto de Henkel Smile puede ayudar más que un Objetivo de Desarrollo del Milenio. Los proyectos MIT están concentrados en la erradicación de la pobreza extrema, la educación primaria universal, la reducción de la mortalidad infantil y la lucha contra el SIDA y otras enfermedades.



## Proyectos Henkel Smile seleccionados por su relación con los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas

### Objetivos de Desarrollo del Milenio

### Proyectos Henkel Smile del 2008

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Perú:</b> En una instalación de cuidados de día en Lima los niños reciben cuidados y comida caliente a diario</li> <li>» <b>Myanmar:</b> Provisiones de arroz por seis meses para 50 huérfanos y niños discapacitados</li> </ul>
2. Lograr la enseñanza primaria universal	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Vietnam:</b> Construcción de una escuela infantil; provisiones de comida y la oportunidad de asistir a la escuela para niños desnutridos en la ciudad de Ho Chi Minh</li> <li>» <b>Uganda:</b> Ayuda continua al internado para chicas de Rushocka Parish en Kábala, incluido el material escolar para 360 huérfanos y niños discapacitados</li> <li>» <b>Turquía:</b> Educación de niños de la calle y en casas en Gaziantep</li> </ul>
3. Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Guatemala:</b> Construcción de un laboratorio y sala de informática en una escuela en Verapaz para ofrecer educación técnica y mejorar las oportunidades laborales de las chicas de Mayan</li> <li>» <b>EEUU:</b> Alojamiento y educación para chicas adolescentes con problemas en Nashville, Ténesis</li> <li>» <b>India:</b> Ayuda para un centro de integración en Parivalaya, para ofrecer todo lo concerniente a cuidados de los niños y necesidades especiales</li> </ul>
4. Reducir la mortalidad infantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Nepal:</b> Cuidados médicos anuales para niños en escuelas, en hogares y en un hospital para huérfanos en Kathmandu mediante un equipo movilizad de médicos</li> <li>» <b>Bulgaria:</b> Ayuda a los niños del hospital en Sofía con inhaladores y pulsómetros</li> <li>» <b>Turquía:</b> Suministro de incubadoras para el cuidado de bebés prematuros en Mardin</li> </ul>
5. Mejorar la salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Congo:</b> Ayuda para dos hospitales cerca de Kinshasa con medicamentos, en cooperación con "Arneibrücke Ehingen-Kinshasa" (organización Ehingen-Kinshasa <i>medicin bridge</i>)</li> <li>» <b>China:</b> Exploraciones y cirugías en Lhasa para arreglar la vista a más de 300 madres que sufren glaucomas o cataratas</li> </ul>
6. Combatir el HIV/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Chile:</b> Suministro de medicamentos, alimentos, y reparación de materiales para la fundación Santa Clara en Santiago de Chile para los niños infectados de HIV/SIDA</li> <li>» <b>Tailandia:</b> Cuidado y medicamentos para huérfanos de SIDA en el pueblo de niños Baan Gerda en la provincia de Lopburi</li> </ul>
7. Asegurar la sostenibilidad medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Alemania:</b> Proyecto Futurino iniciado por la marca Persil, ayuda en 156 proyectos educativos en temas de naturaleza y medio ambientales</li> <li>» <b>EEUU:</b> El Centro Educativo Medio ambiental de Riverbend, en Gladwyne, Pensilvania, aumenta los conocimientos de los niños de la ciudad por la naturaleza</li> </ul>
8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Kenia:</b> El hospital de niños Bethsatha para huérfanos de SIDA cerca de la ciudad de Kisumu se amplió y se equipó a través de los compromisos de la marca Schauma</li> <li>» <b>El Salvador:</b> Introducción de controles numéricos para herramientas de maquinaria en la escuela de bachillerato de Santa Tecla.</li> </ul>



Mediante Henkel Friendship Initiative, Henkel donó un total de 150.000 euros para ayudar a las víctimas del terremoto de mayo de 2008 en China. En estrecha cooperación con las compañías de Henkel en China, también proporcionamos ayuda en emergencias y reconstrucción mediante donaciones en metálico, productos o proyectos MIT.



Por tercer año consecutivo, Henkel ha ayudado a estudiantes de geografía de la Universidad de Trier, Alemania, quienes están trabajando para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de barrios bajos de Nairobi. Henkel ha financiado la compra de materiales para aulas y la construcción de instalaciones sanitarias.

### Once años de compromiso de colaboradores

Desde 1998, las iniciativas de Henkel MIT han estado apoyando el trabajo voluntario de sus colaboradores y jubilados con productos “amables” y donaciones económicas, liquidaciones por tiempo trabajado y consejos de especialistas. En 2008, el número de proyectos MIT aumentó en 7.000, más de 5.000 colaboradores y jubilados en más de 110 países han podido ayudar a cientos y miles de personas alrededor del mundo mediante su compromiso con MIT desde 1998.

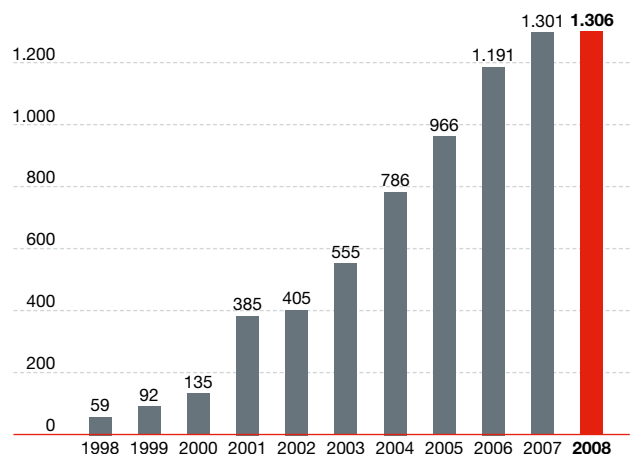
[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 32

La calidad de MIT no reside en las cantidades de ayudas económicas facilitadas, sino en la forma en que se realizan los proyectos. La implicación de colaboradores y jubilados como voluntarios, su complicidad emocional e ideas, y, sobre todo el tiempo que invierten en sus proyectos dan fe de la calidad de los proyectos MIT. Los colaboradores y jubilados son el alma de MIT, ellos constituyen un vínculo vital entre la Compañía y las comunidades en las que trabajamos. En este sentido, aseguramos que los recursos que proporcionamos se emplean de forma responsable y transparente, donde más urgen.

En mayo de 2008, 120 colaboradores y jubilados de todas partes del mundo participaron en reunión de la “Mesa Redonda” en Düsseldorf, Alemania, para celebrar el décimo aniversario de MIT. La “Mesa Redonda” les ofreció la oportunidad de compartir sus experiencias y desarrollar, aún más, el MIT.

### Proyectos Make an Impact on Tomorrow (MIT)

Número por año



Con motivo del décimo aniversario de MIT, Henkel ofreció una subvención extraordinaria de 100.000 euros como apoyo a un proyecto en Guatemala. El proyecto fue escogido entre 86 propuestas. Ofrece ayuda a 120 familias en regiones rurales en lo que necesitan para después ayudarse ellos mismos. Las ayudas incluyen escolarización para los niños, disponer a agua limpia, la construcción de centros de salud y mejoras en la productividad agrícola. Los empleados de Guatemala están poniendo en práctica el proyecto en equipo junto a los cooperantes locales HELPS Changing Lives. La red local MIT en Guatemala y los colaboradores de Henkel de otra red MIT también participan en este proyecto.

# Diálogo con todas las partes interesadas (Stakeholders)



Henkel fue un patrocinador oficial de la Expo 2008 en Zaragoza, España. El lema fue “Agua y Desarrollo Sostenible”. Nuestra participación en la Expo subrayó nuestro compromiso de proteger el recurso del agua. En una exposición de nuestras marcas en el Día de Henkel, los visitantes se informaron sobre cómo pueden contribuir a proteger los recursos acuíferos los productos de Henkel.

- » **Diálogo para soluciones viables**
- » **Educación para desarrollo sostenible**

## Diálogo abierto con todos los stakeholders

Las soluciones viables para la sostenibilidad solo pueden elaborarse a través del diálogo con todos los grupos sociales – a nivel local, regional e internacional. Por tanto, buscamos continuamente el diálogo con todos los stakeholders, incluidos clientes, consumidores, proveedores, colaboradores, accionistas, comunidades locales, autoridades del gobierno, asociaciones, ONG y científicos.

## Diálogo integrado y sistemático

Aunque los asuntos asociados a la sostenibilidad son globales, las prioridades regionales y las perspectivas difieren bastante. Por ello hemos integrado nuestro diálogo con stakeholders sobre nuestras funciones, sectores de negocios y regiones. En este sentido, nos aseguramos de que los retos son debatidos en un diálogo entre nuestros expertos en la Compañía y los grupos de stakeholders adecuados. Desarrollamos estrategias y soluciones en el lugar justo en el que se valorarán y se pondrán

en marcha. Las herramientas, temas, duración e intensidad del diálogo están vinculadas a los grupos stakeholders individuales y sus asuntos concretos.

Este diálogo ofrece una base para un entendimiento mutuo y es una fuente de nuevas ideas para la Compañía. Nos permite identificar los desarrollos y los retos de nuestros diferentes mercados desde el principio y así hacer una contribución importante a la gestión de la innovación y del riesgo.

## Instrumentos de armonización

En las iniciativas internacionales nosotros y nuestros socios desarrollamos una variedad de soluciones, como la compra responsable de materias primas e ingredientes. El intercambio de ideas con nuestros clientes industriales lidera el desarrollo de mejoras en los procesos que hacen una contribución decisiva a la conservación de recursos. Con un diálogo directo con los consumidores mediante el servicio telefónico de atención al cliente y mediante las acciones diarias de proyectos de investigación de mercado, facilitamos información, sobre todo, del uso de nuestros productos para conservar el entorno



Desde el 2005, Henkel India ha organizado un concurso nacional anual para las escuelas bajo el nombre "Henkel Eco-petition". El ganador es obsequiado con el premio "Henkel Enviro Care". En 2008, el lema del concurso fue "El Agua". Seis finalistas de entre más de 2.000 concursantes presentaron sus ideas en una video conferencia a un jurado formado por empleados de Henkel y ONG. El primer premio fue para Siddharth Banerjee de la Escuela Padre Ángel en Nueva Delhi por su idea de conservar plantas de interior en recipientes de vidrio cerrados.

y al mismo tiempo recibimos importante información de los promotores de nuestros productos. Para afianzar la idea de prácticas de un comercio responsable en la conciencia de las actividades diarias de nuestros colabo-

radores a nivel mundial, organizamos cursos de formación y módulos de trabajo on-line sobre este tema e informamos de ello en la intranet y en los periódicos para empleados.

### Ejemplos de nuestro diálogo de acercamiento - en sincronización con nuestros stakeholders

Partes interesadas	Tema
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>India:</b> Para atraer la atención sobre el cambio climático los empleados de la planta de Chennai iniciaron la campaña "Luces fuera 88888" el 8 de agosto de 2008 al apagar las luces durante 8 minutos a las 8 en punto.</li> <li>» <b>EEUU/Canadá:</b> El boletín informativo cuatrimestral "Siendo Verdes" informa a los empleados de Adhesivos Industriales sobre temas y tendencias de sostenibilidad de importancia para el cliente.</li> </ul>
Consumidores y clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Italia:</b> En la campaña "¡Diferénciate!", Henkel facilita información en supermercados de diez ciudades sobre consumo sostenible y clasificación de residuos.</li> <li>» <b>Alemania: Henkel Packaging Fórum:</b> Especialistas internos y externos desarrollaron soluciones sostenibles de embalajes.</li> </ul>
Analistas e inversores	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Alemania:</b> Teniendo en cuenta aspectos del entorno, sociales y de gobierno (ESG), los colaboradores de Henkel debatieron informes no-económicos en el mercado capitalista con expertos financieros.</li> </ul>
Políticos, autoridades gubernamentales y ONG	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>España:</b> Los empleados de Investigación y Marketing debatieron el asunto del consumo sostenible con las organizaciones no gubernamentales y el Fórum de Conservación Mundial de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN).</li> </ul>
Científicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>EEUU:</b> Los investigadores de Henkel han cooperado con la Universidad del Estado de Arizona desde 2008 en los análisis del ciclo vital de la producción.</li> </ul>
Público general y local	<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Nueva Zelanda:</b> Los colaboradores de Henkel han recolectado residuos de producción para el evento "Basura para desfilarse" en colegios para atraer la atención del tema del reciclaje.</li> </ul>

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 33



### Educación para un desarrollo sostenible

Para Henkel es importante orientar la sostenibilidad aún más allá de su propio ámbito de influencia. En 2008, por tanto, se iniciaron un amplio número de campañas, que trataban a propósito el tema de la "Educación para un desarrollo sostenible".

Un ejemplo: desde Alemania, existe el portal de internet "Salva tu futuro" (actualmente sólo en alemán, pronto en versión inglesa) Permite que los jóvenes compartan sus ideas sobre el tema de la sostenibilidad y organizan acciones y eventos conjuntamente.

[www.save-your-future.com](http://www.save-your-future.com)

Hemos desarrollado en colaboración con las Universidades de Rostock y Oldenburg, Alemania amplios materiales de apoyo para la enseñanza de química en las escuelas. Incluyen experimentos sencillos y baratos basados en la conciencia medioambiental respecto al lavado de la ropa. Los materiales están disponibles en internet. Los materiales de enseñanza ya se están presentando por toda Alemania en clases formativas para profesores. Ya se han traducido al inglés, otras lenguas están en proceso, como parte de la expansión internacional de materiales en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 34

# Valoraciones externas

El papel de Henkel en sostenibilidad y responsabilidad social corporativas ha impresionado a expertos externos de nuevo en el 2008. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 35

## Valoraciones e índices



**Zúrich/Nueva York:** En 2008, Henkel fue nuevamente incluida en el Dow Jones Sustainability Indexes DJSI World (a nivel mundial) y DJSI STOXX (Europa) como una de las compañías líderes en el sector de bienes de consumo para el hogar.



**Londres:** Por octavo año consecutivo, Henkel fue incluida en el índice ético internacional FTSE4Good.



**París:** En 2008, como en años anteriores, Henkel fue nuevamente una de las 200 compañías incluidas en el Ethibel Sustainability Index en la clase Pioneer.

## ECPI E.Capital Partners Indices

**Milán:** Henkel fue de nuevo incluida en ECPI Ethical Index EURO y el ECPI Ethical Index GLOBAL. E. Capital Partners estableció los dos índices éticos en 1999.



SARASIN

**Basilea:** En 2008, el Banco Sarasin evaluó de nuevo nuestra sostenibilidad corporativa como “alta”.

## Premios e índices

**Frankfurt am Main:** *The Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA)* – la asociación profesional de analistas económicos – y la revista de negocios *Wirtschaftswoche* presentan el *ESG Award*, premio anual a la empresa alemana con la mayor actuación en medio ambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo. En marzo de 2008, Henkel fue la ganadora en la categoría de empresas que cotizan en el DAX (Índice de Participación Alemán).



*El 5 de Diciembre de 2008, en Düsseldorf, en el primer Congreso de Sostenibilidad Alemán, el premio por ser la “Marca Más Sostenible” de Alemania fue para Henkel.*

*Uno de los principales factores para que escogieran a Henkel fue que la compañía había empezado muy pronto a orientar los retos de sostenibilidad desarrollando una estrategia completa de RSC. Kasper Rorsted (derecha), Presidente del Consejo de Administración de Henkel y el Dr. Friedrich Stara, Vice-presidente Ejecutivo de Detergentes y Cuidado del Hogar, recogieron el premio en representación de la Compañía.*

**Viena:** Por tercera vez, el Centro para la Ciudadanía Corporativa de Austria (CCC-A) evaluó el compromiso de las 100 compañías más grandes de Austria con la responsabilidad social corporativa. En Abril de 2008, la central de Henkel para Europa del Este no sólo se convirtió en la ganadora, sino que ocupó el primer lugar en todos los índices, con una puntuación de 82 sobre 100 puntos.

**Nueva York:** En junio de 2008, el Instituto Ethisphere, Nueva York, y la revista de negocios Forbes incluyeron a Henkel en su lista de índices: “Las Compañías Más Éticas del Mundo”. Las compañías de la lista son evaluadas en categorías de gobierno corporativo, innovación, estilo de liderazgo ejecutivo, sistemas de dirección internas, gestión de la reputación y ciudadanía corporativa.

## Informes de sostenibilidad

En diciembre de 2008, las Naciones Unidas Global Compact reconoció nuestro Informe de Sostenibilidad de 2007 como un extraordinario informe de progreso anual. De aproximadamente 5.000 empresas miembros que presentan un informe, sólo 240 fueron entonces incluidos en la lista de Comunicaciones Notables en Progreso en la realización de los diez principios del *Global Compact*.

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

# Contactos, créditos y más publicaciones

Corporate Communications Headquarters

Tel.: +49 (0)211-797-35 33

Fax: +49 (0)211-798-24 84

E-mail: ernst.primosch@henkel.com

Corporate Communications Spain

Contacto: Elisenda Ballester

Tel.: +34 93-290-44 95

Fax: +34 93-290-46 99

E-mail: elisenda.ballester@es.henkel.com

Sustainability/CSR Management

Tel.: +49 (0)211-797-36 80

Fax: +49 (0)211-798-93 93

E-mail: uwe.bergmann@henkel.com

Investor Relations

Tel.: +49 (0)211-797-39 37

Fax: +49 (0)211-798-28 63

E-mail: oliver.luckenbach@henkel.com

## Direcciones de internet

[www.henkel.es](http://www.henkel.es)

[www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)

[www.henkel.com/smile](http://www.henkel.com/smile)

PR: Mayo 2009

ISBN: 978-3-941517-04-2

## Publicado por

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf, Germany

© 2009 Henkel AG & Co. KGaA

## Trabajo editorial y coordinación:

Corporate Publications:

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,

Wolfgang Zengerling

Sustainability/CSR Management:

Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann,

Ines Biedermann, Christine Schneider

## Traducción al castellano, coordinación y correcciones:

Corporate Communications Ibérica - Henkel Ibérica, S.A.

Art Digital Comunicació, S.L.

**Concepción y diseño:** Kirchhoff Consult AG, Hamburg

**Composición:** workstation gmbh, Bonn

**Fotos e ilustraciones:** Henkel, Oliver Blobel,

Caterine Bollinger, Olaf Döring, Andreas Fechner,

Tino Gil, Steffen Hauser, Christian Kruppa,

Bernhardt Link, Rolf Vennenbernd

**Imprenta:** Gráficas Angelats, Barcelona

## Más publicaciones disponibles para descargar por Internet

Annual Report, Quarterly Reports, Vision & Values,

Code of Conduct, Code of Teamwork and Leadership,

Code of Corporate Sustainability, research magazine

“in view of tomorrow,” company history, Henkel Smile

[www.henkel.com/publications](http://www.henkel.com/publications)



El Informe de Sostenibilidad está impreso en papel Munken Lynx, de Muken y distribuido por Antalis. Esta publicación ha sido encuadernada de modo que sea reciclable, utilizando Purmelt MicroEmission de Henkel para cumplir los estándares de salud y seguridad laboral, y las cubiertas han sido acabadas con adhesivos de base acuosa para laminados Adhesin de Henkel. La tinta de la imprenta no contiene metales pesados.

El collage de la cubierta del Informe de Sostenibilidad es un mosaico. Se compone de más de 300 retratos de los colaboradores de Henkel así como logos y fotos de los productos de nuestras principales marcas. Nos gustaría agradecer a todos los colaboradores que nos dieron permiso para escoger su fotografía.

Todos los nombres de productos son marcas registradas de Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, o sus filiales.

Este documento contiene afirmaciones que se basan en las estimaciones y suposiciones actuales hechas por la dirección corporativa de Henkel AG&Co. KGaA. Estas afirmaciones se caracterizan por el uso de palabras como expectativa, intención, plan, predicción, asumir, creer, estimar, anticiparse y similares. Dichas declaraciones no deben ser entendidas de ningún modo como garantías de que las expectativas serán certeras en el futuro. La actuación y los resultados logrados por Henkel AG. & Co. KGaA y compañías afiliadas, en el futuro dependerán de un gran número de riesgos e incertidumbres y podrían por tanto diferir sustancialmente de las predicciones y afirmaciones aquí incluidas. Muchos de estos factores quedan fuera del control de Henkel y no pueden ser predichos con exactitud por adelantado, como el futuro entorno económico, las acciones de la competencia y otras relacionadas con el mercado. Henkel no planea ni se compromete a actualizar ninguna de las afirmaciones aquí expuestas.

**Henkel**

*A Brand like a friend*