

# Relatório de Sustentabilidade 2006



**Henkel**

*A Brand like a friend*

# Actuação sustentável

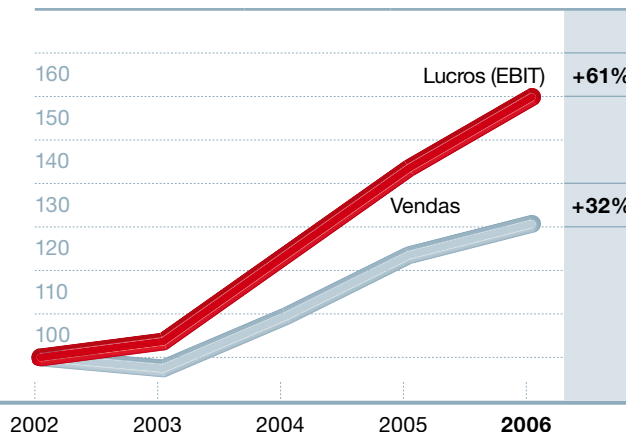
## Actuação sustentável de 2002 a 2006

Indicadores ambientais por tonelada métrica de produção\*

Acidentes laborais	-72%	↘
Metais pesados	-59%	↘
Resíduos	-30%	↘
Energia	-27%	↘
Dióxido sulfúrico	-26%	↘
Dióxido de carbono	-21%	↘
Águas residuais	-18%	↘
Água	-8%	↘
Compostos orgânicos voláteis	14%	↗

## Resultados económicos de 2002 a 2006

Percentagens; índice 2002



\*Acidentes laborais por milhares de horas de trabalho

<b>Prefácio</b>	1
<b>Henkel em síntese</b>	2
Vendas 2006	2
Value added statement 2006	3
<b>Valores e Administração</b>	4
Sócios e Fornecedores	7
Diálogo	8
<b>Produtos sustentáveis e utilização eficiente dos recursos</b>	12
Matérias-primas	16
Marcas e tecnologias	18
Produção e logística	26
Indicadores ambientais dos centros de produção	32

<b>Empregados e posto de trabalho</b>	34
Empregados em todo o mundo	35
Empregados por região	35
Gestores	35
Segurança e Saúde Laboral	39
Acidentes laborais por milhares de horas de trabalho	39
Acidentes laborais graves	39
<b>Compromisso Social</b>	41
Projectos sociais, "Make an Impact on Tomorrow"	42
<b>Avaliações externas</b>	46
<b>Contactos e créditos</b>	47



### Mais informações na Internet

Se quer consultar notícias actuais, informações sobre os aspectos fundamentais da responsabilidade social corporativa da Henkel ou fazer o *download* dos Relatórios de Sustentabilidade publicados desde 1992, visite-nos em [www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability). O índice GRI remete para os elementos e indicadores do Global Reporting Initiative (GRI) conti-

dos neste Relatório de Sustentabilidade, no Relatório Anual 2006 e na Internet. Na Internet existem ainda as declarações completas feitas por especialistas, cujos excertos se encontram neste relatório. O símbolo , que aparece em muitos pontos do mesmo, indica precisamente que na Internet se pode consultar informação mais específica a esse respeito.

# Entre todos, tornamos realidade a sustentabilidade



Prof. Dr. Ulrich Lehner (esquerda) e Dr. Wolfgang Gawrish

Satisfazer as necessidades de uma população mundial que cresce sem parar e, ao mesmo tempo, assegurar a correcta distribuição de água, energia e outros recursos para que todos possamos dispor dos mesmos é uma das grandes preocupações dos governos em todo o mundo. O crescente aumento do consumo de energia e dos preços das matérias-primas a que temos assistido recentemente levaram-nos à conclusão, por experiência própria, que a administração dos recursos existentes está numa fase muito crítica a nível mundial.

O desenvolvimento sustentável é um desafio global que só pode ser alcançado se todos e cada um de nós fizer o possível para promover a sustentabilidade e a responsabilidade social a nível local. Isto é válido e aplicável também para a Henkel. Neste sentido, tal como anunciamos nos nossos Valores, estamos profundamente empenhados na sustentabilidade. Em termos práticos, isso implica executarmos as nossas actividades de forma responsável – do princípio ao fim na cadeia de valor em todo o mundo – para con-

tribuir para a sociedade com as nossas marcas e tecnologias, e tornar possível que o mundo seja um lugar melhor para viver, agora e no futuro.

Estamos conscientes de que um compromisso assim deve manter-se ao longo do tempo. Temos uma vasta tradição de responsabilidade corporativa de que muito nos orgulhamos. Por isso, e num mundo constantemente sujeito à mudança, alargámos de forma constante e sustentável os âmbitos da nossa responsabilidade corporativa. E assim continuaremos a fazer no futuro. Ao optar por comprar produtos Henkel, clientes e consumidores demonstram que reconhecem e apreciam o esforço da Henkel em cumprir o seu compromisso para com a sustentabilidade. No entanto, a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa não podem depender unicamente do esforço de pessoas ou companhias individuais. Todos devemos ter um papel activo – cada empregado e cada membro da sociedade. Apenas quando todos actuarmos de forma responsável poderemos ser capazes de conseguir uma sustentabilidade autêntica e duradoura.

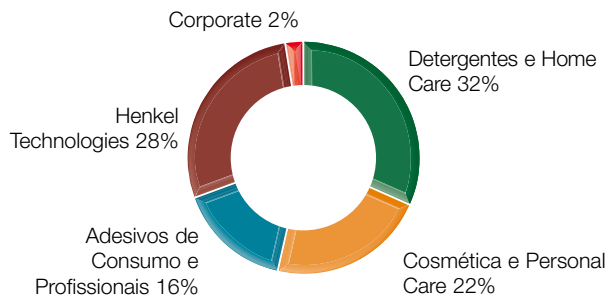
**Prof. Dr. Ulrich Lehner.**  
Presidente do Grupo Henkel KGaA

**Dr. Wolfgang Gawrish**  
Director-geral de Tecnologia (CTO), Investigação/Tecnologia  
Presidente do Conselho de Sustentabilidade

# Breve apresentação da Henkel

## Vendas em 2006 por sector de negócio

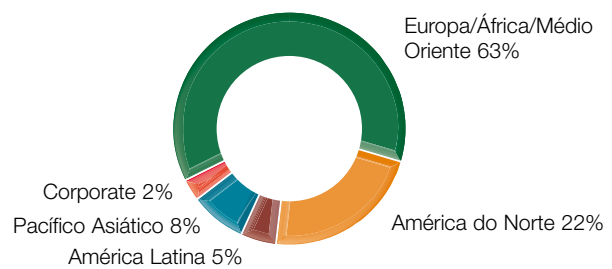
em milhares de euros



Total de vendas 12.740 (100%)

## Vendas em 2006 por região

por localização/em milhares de euros



Total de vendas 12.740 (100%)

## Visão geral da companhia

A Henkel opera em três áreas estratégicas de competência – Home Care, Personal Care e Adesivos, Vedantes e Tratamento de Superfícies. Estas áreas estratégicas de negócio estão organizadas em 4 sectores de negócio operativos globais na Henkel.

### ► Detergentes e Home Care

As marcas de Detergentes e Home Care comercializadas pela Henkel abarcam uma vasta gama e cobrem áreas tão diversas como a limpeza do lar, a lavagem de roupa e de loiça. As nossas principais marcas são Persil, Somat, Purex, Dixan, Vernel, Mir, Pril, Bref, Spee e Weisser Riese. Algumas delas ocupam posições líderes de mercado em todo o mundo.

### ► Cosmética e Personal Care

As gamas deste segmento incluem produtos de cosmética para o cuidado do cabelo, corpo e pele, e ainda produtos para a higiene oral. Schwarzkopf, Dial, Fa, Igora, Taft, Palette, Gliss Kur, Right Guard, Schauma, Diadermine e Theramed são as principais marcas internacionais, com as quais mantemos a liderança de mercado em todo o mundo.

### ► Adesivos de Consumo e Profissionais

A Henkel cobre quase todas as necessidades nas áreas de correcção e marcação, restauração, decoração, colas rápidas, produtos para a construção civil e fitas adesivas, contribuindo com soluções para a indústria da construção, para o trabalho ou para o lar. As marcas Pattex, Pritt, Ceresit, Loctite, Metylan, Sista, Thomsit, Duck, Tangit e Rubson fazem de nós líderes de mercado a nível mundial neste segmento.

## ► Henkel Technologies

A Henkel comercializa adesivos industriais e para a construção, vedantes e produtos para o tratamento de superfícies, nomeadamente através das marcas Loctite, Teroson, Liofol, P3, Technoleit, Adhesin, Bonderite e Hysol. Criamos soluções reconhecidas globalmente. A Henkel Technologies é líder mundial de mercado neste sector.

No ano fiscal de 2006, a Henkel gerou um volume de vendas de 12,740 milhões de euros a nível internacional. Cerca de 80% dos nossos 52.292 empregados trabalham fora da Alemanha. Nas três áreas de negócio estratégicas, os nossos quatro sectores de negócio ocupam posições de liderança. Os elementos chave da nossa estratégia a longo prazo são o rentável mercado da América do Norte e os mercados emergentes da Europa de Leste, África, Médio Oriente, Pacífico Asiático e América Latina. Estes mercados em crescimento registaram 31% do total das vendas em 2006.

## Qualidade Henkel

Consumidores de mais de 125 países em todo o mundo confiaram nas marcas e tecnologias Henkel. A “Qualidade Henkel” garante o elevado desempenho e a comodidade dos nossos produtos. Esta promessa de qualidade também se aplica à sua compatibilidade ecológica e à total segurança que estes oferecem aos consumidores, bem como aos valores corporativos fundamentais, nomeadamente a orientação para o cliente, o desenvolvimento dos recursos humanos e a sustentabilidade. Actuar de forma responsável durante toda a cadeia de valor é um dos factores chave da nossa visão.

## Centramo-nos na inovação

Uma vez que as tendências dos mercados e dos consumidores mudam cada vez mais rapidamente, na Henkel asseguramos o êxito a longo prazo do nosso compromisso corporativo, através do desenvolvimento de marcas e tecnologias inovadoras. Só no ano fiscal de 2006, investimos 340 milhões de euros em investigação e desenvolvimento. Actualmente, contamos com cerca de 2.800 profissionais nas áreas de investigação e desenvolvimento em todo o mundo. O nosso objectivo é aumentar – de 25% para 30% - a percentagem de vendas gerada pela criação de novos produtos num período de três anos.

Para impulsionar a nossa cultura da inovação, em 2006 lançámos uma Campanha de Recolha de Ideias com três anos de duração. Para tal, criámos uma base de dados centralizada, onde todos os colaboradores podem introduzir sugestões ou ideias inovadoras. A adesão está a ser fantástica, com mais de 71.000 ideias introduzidas até Fevereiro de 2006. Uma, entre cada cinco dessas ideias, é directamente implementável ou foi retida para uma segunda avaliação.

## Contribuição para o desenvolvimento regional

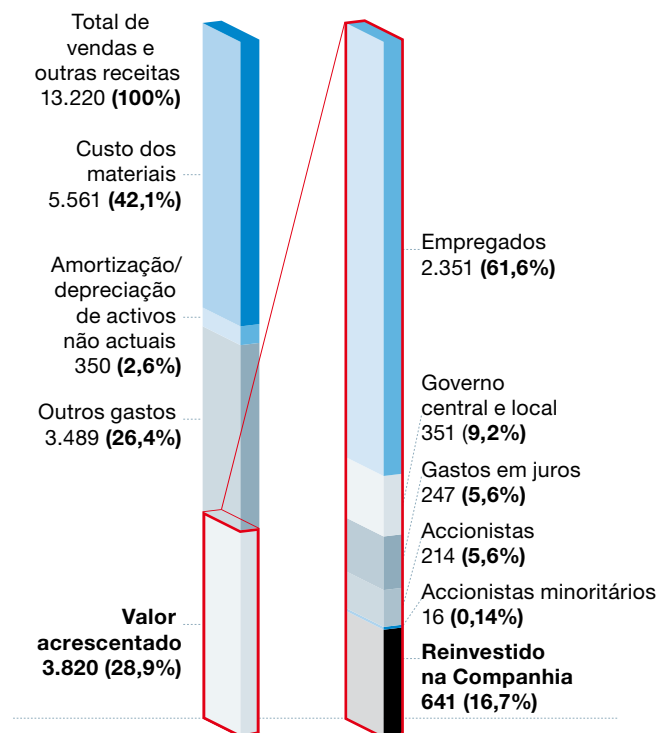
Os países emergentes, e em vias de desenvolvimento, esperam que as multinacionais como a Henkel contribuam para o seu desenvolvimento económico. Neles, a partilha de conhecimentos e tecnologias assume um papel especialmente importante. Na Henkel facilitamos essa partilha, formando os nossos empregados e clientes, aplicando métodos modernos de gestão, revendo e renovando constantemente o nosso portfólio de produtos e introduzindo produtos e processos de produção mais seguros e eficientes que conservem e respeitem os recursos existentes.

## Valor acrescentado para a sociedade

A contribuição económica da Henkel é divulgada no seu *Value added statement*. Grande parte do valor acrescentado – 61,6% – foi para os empregados.

## Value added statement 2006

em milhares de euros/percentagens



Os governos centrais e locais receberam 9,2% em forma de taxas, enquanto as entidades financeiras receberam 6,5% em juros. Aos accionistas coube 5,6% em dividendos. Estes também beneficiaram da subida do valor das acções em 2006: 31,2% em acções preferentes e 25% em acções ordinárias.

O valor acrescentado não assinalado está disponível para realizar investimentos, ou seja, para financiar o futuro crescimento da Companhia.



**"Ao contribuir para a inovação, partilhar conhecimentos e tecnologia, criar produtos ecologicamente compatíveis e fazer um melhor uso dos recursos não renováveis, as companhias podem dar um contributo muito importante para a solução dos desafios globais".**

**Prof. Alejandro Sosa,**  
Director Executivo, Global  
Environment Management Initiative,  
Cidade do México, México  
[www.gemi.org.mx](http://www.gemi.org.mx)

# Valores e Administração

## Centramo-nos na sustentabilidade

A sustentabilidade garante a viabilidade no futuro. A Henkel alinha os seus negócios com os princípios da sustentabilidade porque acredita que esta é a chave para obter vendas e lucros de forma socialmente responsável. Esta filosofia aplica-se a todas as actividades da Companhia.

Regrando a nossa conduta e actividades empresariais pelos princípios do desenvolvimento sustentável, podemos reforçar e ampliar a nossa competitividade no mercado global. A confiança depositada na Henkel e nas suas marcas confere uma liberdade empreendedora à Companhia e alimenta o seu sucesso empresarial. A gestão sistemática de riscos permite adoptar medidas preventivas para evitar potenciais

riscos e aproveitar ao máximo as oportunidades de aperfeiçoamento. Os processos seguros e eficientes contribuem para a protecção ambiental, para a segurança e saúde laboral, mas também para uma redução dos custos e do consumo de recursos.

Com produtos eficazes e seguros, e tecnologias que associam o proveito para o cliente ao progresso ecológico, somos capazes de nos posicionar favoravelmente no mercado. As práticas de negócio responsáveis fortalecem a motivação dos nossos empregados e a sua identificação com a Companhia. Assim, a nossa estratégia de sustentabilidade assegura que a Companhia continuará a aumentar o seu valor a longo prazo.

### Integração Sistemática

Integramos a nossa estratégia de sustentabilidade da Companhia de forma sistemática através de requisitos corporativos, sistemas eficientes de gestão e uma estrutura organizativa que define claramente as responsabilidades. A interacção de modelos globais e uniformes, ferramentas de controlo comuns a toda a Companhia e programas de actuação regionais, são a solução para obter os melhores resultados. Desta forma, consecuições e progressos ficam registados, e quando as melhorias forem possíveis e necessárias, os programas podem ser equacionados juntamente com os desafios e prioridades sociais correspondentes.

### Modelos de conduta baseados em valores

Em todas as áreas de negócio e culturas onde a Henkel opera, a sua Visão e os dez Valores daí derivados estabelecem um guia de comportamento e actuação para todos os empregados da Henkel. A Visão e os Valores da Henkel constituem a base para os modelos de conduta que a Henkel especificou no seu Código de Conduta, concebido para ajudar os

funcionários face a questões legais e éticas. O Código de Trabalho em Equipa e Liderança é um guia de conduta para gestores e outros funcionários; o Código de Sustentabilidade Corporativa define os princípios e expectativas das práticas de negócio sustentáveis e da responsabilidade social corporativa da Henkel. *i*

O conjunto de Códigos é a base para a implementação na Henkel da iniciativa das Nações Unidas, Global Compact. *i*

### Condições claramente comunicadas

A Henkel opera em vários mercados e regiões com sistemas legais, modelos sociais e hábitos diversos. A postura face à concessão ou aceitação de incentivos, presentes e favores varia de região para região. Segundo dados de alguns estudos, nomeadamente o que foi feito pela *Transparency International*, muitos empregados da Henkel trabalham em países com um alto risco de corrupção.

Neste sentido, em 2000 a Henkel estabeleceu um Código de Conduta para ajudar os empregados de todo o mundo a agir correcta e adequadamente

## Visão e Valores

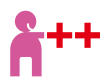
A Henkel é líder em marcas e tecnologias que tornam a vida das pessoas mais fácil, melhor e mais agradável.



Estamos orientados para os nossos clientes.



Desenvolvemos marcas e tecnologias superiores.



Aspiramos à excelência na qualidade.



Esforçamo-nos por inovar.



Adaptamo-nos à mudança.



Temos êxito graças à nossa gente.



Estamos comprometidos com os nossos accionistas.




Cuidamos do meio ambiente e temos uma responsabilidade social corporativa.



Comunicamos aberta e activamente.



Conservamos a tradição de uma companhia familiar aberta. 


quando confrontados com questões éticas ou legais, assim como durante o processo de tomada de decisões estratégicas. Em 2004 revimos o nosso Código de Conduta para reflectir o ambiente legal e económico variável em que opera uma companhia global. As indicações precisas e detalhadas estabelecem normas claras para o relacionamento com clientes, colegas, accionistas, concorrentes, meio ambiente e sociedade em geral.

A Henkel rejeita terminantemente qualquer forma de corrupção. O Código proíbe expressamente aos empregados da Henkel oferecer, conceder ou aceitar favores. Implementámos na Companhia o Código de Conduta, revisto em 2005. O Código é vinculante para todos os empregados. Já foi traduzido em várias línguas, e os responsáveis dos departamentos de Recursos Humanos e Comunicação nos diferentes países desenvolveram actividades de comunicação e formação adequadas.

Além disso, gestores e especialistas de Recursos Humanos e de *Corporate Internal Audit* podem sempre dar um conselho em caso de dúvida.

### Modelos para a sustentabilidade

O Código de Sustentabilidade Corporativa ganha forma a partir de normas internas. Estas baseiam-se em requisitos já existentes para a segurança, saúde e meio ambiente (normas SHE), e complementam-se com os aspectos sociais da responsabilidade corporativa.

No início de 2006 ampliámos as normas SHE, exaustivamente revistas, e as directrizes que afectam as compras e aquisições de toda a Companhia, de modo a incluir nelas os modelos sociais. Implementámos os requisitos especificados nas *Guidelines for Multinational Enterprises* da Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) e no *Social Accountability Standard (SA 8000)*, assim como as normas mais relevantes da Organização Internacional do Trabalho (OIT). 

Ao desenvolver esses modelos, uma das maiores preocupações foi o relacionamento com fornecedores e sócios. Os sectores de negócio complementam as normas corporativas com exigências de qualidade específicas a cada negócio.



**“Face aos três maiores desafios – densidade populacional, escassez de recursos e contaminação do meio ambiente – a procura do desenvolvimento sustentável em termos económicos, sociais e ambientais é a única solução”.**

**Prof. Dr. Peng Sizhen**

Director do Center for Environmentally Sound Technology Transfer, The Administrative Center for China's Agenda 21. Pequim, China  
www.acca21.org.cn

## Organograma para a sustentabilidade



O Conselho de Administração da Henkel assume toda a responsabilidade pela política de sustentabilidade e determina a política de negócios da Companhia em função das oportunidades para cumprir os requisitos do desenvolvimento sustentável. O Conselho de Sustentabilidade, cujos membros procedem de todas as áreas da Companhia, dirige as actividades globais em colaboração com os sectores de negócios operativos, as companhias nacionais e regionais e as funções corporativas. <sup>(i)</sup>

### Integrados nos sistemas de «management»

Definimos os requisitos que derivam dos processos de negócio da Henkel em sistemas integrados de *management*, que adaptámos às circunstâncias específicas de cada fábrica. Ao fazê-lo, tivemos em conta as diferenças existentes nos meios produtivos e os tipos de produtos fabricados, assim como as regulamentações nacionais e administrativas.


Para assegurar a implementação das normas SHE em toda a Companhia, fazemos regularmente auditorias SHE em todas as fábricas. Essas auditorias são um elemento-chave na gestão de riscos e registam os avanços e progressos obtidos depois de implementar os sistemas integrados de *management* em toda a Henkel. Pela primeira vez, pedimos a todas as fábricas que fizessem uma auto-avaliação relativamente à protecção do meio ambiente, à segurança e saúde no trabalho. Com a ajuda de um questionário minucioso, as fábricas deram o

seu parecer acerca da implementação das normas. Isto permitiu-nos ter uma visão geral dos pontos fortes e fracos das fábricas em todo o mundo e implementar as acções necessárias. Com base nas auditorias e auto-avaliações realizadas, os sectores de negócio operativos definiram objectivos muito ambiciosos e medidas de cumprimento obrigatório a todos os níveis, para conseguir implementar novas melhorias.

### Administração corporativa na Henkel

Com sede em Dusseldorf, a Henkel KGaA é a entidade que administra a Henkel. A administração corporativamente responsável, guiada pelo aumento de valor a longo prazo para os accionistas, fez sempre parte da nossa identidade. Tendo em conta todos os aspectos relativos à sua forma jurídica e estatutos, a Henkel KGaA cumpre as principais recomendações do German Corporate Governance Code, com uma única excepção. Os nomes dos accionistas individuais da família Henkel não estão listados na Assembleia de Fiscalização nem no Comité de Accionistas. O texto completo da declaração de conformidade está disponível na Internet.



A informação sobre remuneração contida nas páginas 22 e 27 do Relatório Anual da Henkel de 2006 expõe os principais elementos do sistema de compensação vigente para a Assembleia de Administração, Assembleia de Fiscalização e o Comité de Accionistas da Henkel KGaA, indicando ainda o nível das remunerações pagas. 

### Fornecedores e outros parceiros

Esperamos que a conduta dos nossos fornecedores e outros parceiros seja conforme as nossas normas de ética corporativa. Ao iniciar relações comerciais, temos sempre em conta se a sua actuação está orientada para a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa. Estas avaliações baseiam-se nas nossas directrizes corporativas de compra e aquisição. A uniformidade de critérios expressa estes requisitos em termos concretos, os quais contemplam a segurança, saúde, meio ambiente, qualidade, direitos humanos, normas para os empregados e políticas contra a corrupção.

### Aceitação prévia da responsabilidade

Com base nas nossas normas de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (normas SHE), formuladas em 1997, os nossos departamentos de compra e os sectores de negócio operativos implementaram processos para avaliar como actuam os seus fornecedores e outros parceiros no âmbito da segurança, saúde e meio ambiente. As auditorias são feitas de acordo com o tipo de produtos e serviços prestados, assim como com a região e a relação com os fornecedores e outros parceiros e colaboradores. Se os fornecedores e outros parceiros de negócio não cumprem as normas, chegamos a acordo para que apliquem medidas correctivas e, se necessário, fazemos auditorias de seguimento.

Actualmente, cerca de 20% do volume das nossas compras provém de fornecedores e outros parceiros e colaboradores, cujos centros de produção foram auditados pela Henkel.

### Estruturas eficientes

Adquirimos matérias-primas, produtos e serviços de fornecedores e outros parceiros em 140 países. Quase 90% do total de compras que fazemos provém de países membros da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE). Em 2006 as nossas actividades centraram-se, fundamentalmente, na optimização das estruturas e dos processos da nossa organização de compras a nível global. Integrado neste projecto estamos também a proceder à uniformização das compras regionais e dos sistemas de avaliação em todo o mundo.

### Questionário e avaliação

Numa fase piloto inicial, utilizámos o questionário desenvolvido em 2005 para fornecedores europeus e outros parceiros. Em 2006 actualizámos e adaptámos-lo. O questionário, como parte da gestão de fornecedores internacionais, é uma ferramenta através da qual comunicamos as expectativas a fornecedores e outros pares. O conhecimento obtido durante a fase piloto inicial, e em diversos projectos regionais desenvolvidos para avaliar e aprovar fornecedores e outros parceiros, foi integrado num conceito abrangente que será implementado em 2007. A nossa intenção é avaliar, com base no questionário e até finais de 2007, 80% do volume de compra global (5,6 milhões de euros) de matérias-primas, artigos de



**“As empresas têm que gerir correctamente as suas responsabilidades operativas, ao longo de toda a cadeia de valor, para manter a sua capacidade de operar no mercado”**

**Prof. Dr. Marco Frey,**  
Center for Research on Energy  
and Environmental Economics,  
Milão, Itália,  
[www.unibocconi.it](http://www.unibocconi.it)



Num clima marcado pelo aumento da consciência sobre a importância do desenvolvimento sustentável, a Henkel Índia e o Institute of Management Technology (IMT) criaram o “Center for Excellence in Environment Management” em Gaziabad. Em Outubro de 2006, organizaram conjuntamente a conferência “Developing Green Competitiveness for Sustainable Development”, em Nova Deli.

consumo e materiais auxiliares, assim como de *packaging* e produtos acabados. Só então as medidas correctivas e as auditorias necessárias serão acordadas entre todas as partes implicadas.

### Diálogo com todas as partes interessadas (*stakeholders*)

Só através do diálogo com todos os grupos sociais poderemos encontrar soluções viáveis e permanentes para os desafios lançados pelo desenvolvimento sustentável. Para conseguir avaliar os interesses dos diferentes *stakeholders* e fazê-lo em função de cada caso concreto, a Henkel procura manter com eles um diálogo constante a nível local, regional e internacional.

O grupo de *stakeholders* inclui todos os empregados, accionistas, clientes, consumidores, fornecedores, vizinhos, autoridades governamentais, políticos, associações, organizações não governamentais (ONGs), cientistas e público em geral. Sempre comunicámos aberta e activamente com todos, mesmo quando cometemos erros.

### Antecipamo-nos

Encaramos o diálogo com os nossos *stakeholders* como uma oportunidade para identificarmos antecipadamente as necessidades dos nossos diferentes



Sustentabilidade coreana: em Setembro de 2006, uma delegação de especialistas em sustentabilidade da Coreia do Sul visitou os escritórios centrais da Henkel, em Dusseldorf, para conhecer o programa de gestão da sustentabilidade da Henkel. O Relatório de Sustentabilidade da Companhia despertou um grande interesse.

mercados, e para definir as áreas-chave das nossas actividades. Este diálogo fortalece a comunicação e o entendimento entre a Henkel e os seus *stakeholders*, ao mesmo tempo que contribui significativamente para a gestão de riscos da Companhia.

### Importância dos grupos de interesse

Utilizamos várias ferramentas de comunicação para satisfazer a necessidade de informação específica dos nossos *stakeholders*. Comunicamos toda a informação detalhada e complementar acerca da sustentabilidade através do nosso Relatório de Sustentabilidade, Internet e Intranet. Os temas da actualidade são publicados em comunicados de imprensa, canais de informação ao consumidor ou através da revista corporativa interna.

### Directo

Nada pode substituir o contacto directo. Ele é a base para intercâmbios e mútuo entendimento e dá-nos a oportunidade de divulgar as nossas actividades. Neste sentido, em 2006 organizámos de novo uma série de eventos para promover o diálogo, nomeadamente jornadas de porta aberta, mesas redondas com grupos de interesse e participação em iniciativas internacionais.

## Visão geral da comunicação de sustentabilidade

	Empregados	Mercado Financeiro	Fornecedores	Clientes	Consumidores	ONGs	Políticos/ autoridades governamentais	Meios de comunicação	Meio Científico	Vizinhos
Relatório Anual	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Relatório de Sustentabilidade	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
www.henkel.com/sustainability	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Comunicados de imprensa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canais de info. ao consumidor	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canais de info. aos empregados	●									
Portal de sustentabilidade na intranet	●									
Diálogo directo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Jornadas de portas abertas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Reuniões com investidores	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Classificações de sustentabilidade	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Publicações especializadas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

● Principais grupos de interesse    ● Outros grupos de interesse

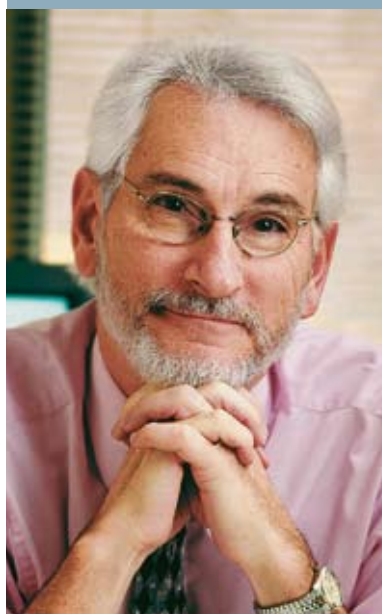
À semelhança dos anos anteriores, apoiámos o “Action Day – Sustainable Washing”, dia comemorado na Alemanha, através de stands informativos e brochuras dedicadas ao consumidor. Para intensificar o diálogo local em Espanha e comunicar a Visão e os Valores da Henkel mais amplamente, em Maio de 2006 a Henkel Ibérica convidou os membros da UNAE - uma organização que protege fundamentalmente os interesses das mulheres domésticas - para participarem numa jornada de porta aberta na sua sede, em Barcelona.

Cerca de 300 pessoas aproveitaram esta oportunidade para conhecer os últimos desenvolvimentos dos produtos em todos os sectores de negócio.

Em Setembro de 2006, os especialistas da Henkel encontraram-se com representantes do “Eine-Welt-Netz” (Um mundo vermelho), da Renânia do Norte-Vestefália, um programa de políticas educativas. Durante o evento, que durou um dia, debateram-se os objectivos de desenvolvimento sustentável para a Henkel e para a sociedade em geral.

Noutras reuniões e eventos em Frankfurt am Main, Londres e Paris, e ainda por teleconferência, conduzimos debates com investidores e analistas so-

bre sustentabilidade. Promovemos o debate com especialistas em sustentabilidade a nível nacional e internacional, com o objectivo de conhecer novas ideias para a nossa Companhia e partilhar a nossa experiência com os outros. Os temas principais abrangem a segurança dos produtos e matérias-primas, implementação de políticas químicas na União Europeia, saúde e segurança no trabalho, sistemas de gestão, informação sobre sustentabilidade e acções de marketing dedicadas a causas específicas (associar o marketing a donativos por uma boa causa).



**“As expectativas e as políticas relativas à informação não económica serão intensificadas, alcançando muito mais do que as questões ambientais para passar a abarcar também os aspectos sociais, económicos e de gestão da Companhia”.**

**Dr. Allen White,**  
Vice-presidente e Membro do Conselho de Administração do Tellus Institute, Boston, Massachusetts, E.U.A.  
[www.tellus.org](http://www.tellus.org)

## Meio Científico

A Henkel fomenta o diálogo científico sobre a sustentabilidade em todo o mundo. A organização de *workshops* e seminários universitários permite um melhor entendimento sobre a aplicação dos princípios de sustentabilidade. Na Alemanha, por exemplo, os estudantes de Ciências do Ambiente das Distance Learning University de Hagen e Lüneburg foram convidados a participar numa *workshop* onde estudaram vários casos de utilização de maté-

rias-primas renováveis e a metodologia *Balanced Scorecards*. Com os estudantes da Universidade de Dusseldorf debatemos a influência das organizações não governamentais e a sua importância para a Henkel. Na Índia, juntamente com o Institute of Management Technology (IMT), criámos o Center for Excellence in Environment Management, que constituirá uma plataforma para a cooperação entre as comunidades científicas e de negócio para promover a consciência e aceitação das práticas comerciais compatíveis com o meio ambiente.

### Diálogo com especialistas em sustentabilidade



**Henrique B. Cavalcanti**  
Presidente da FUNATURA, Brasília, Brasil

**Prof. Dr. P.D. Jose**  
*Institute of Management*  
Bangalore, Índia

**Prof. Dr. Peng Sizhen**  
Director del Center for Environmentally Sound Technology Transfer, Beijing, China

**Prof. Dr. Marco Frey**  
*Centre for Research on Energy and Environmental Economics*, Milão, Itália

**Dr. Mikhail Kozeltsev**  
*Russian Regional Environmental Center* (RREC), Moscovo, Rússia

**Prof. Alejandro Sosa**  
Director da *Global Environment Management Initiative (GEMI)*, Cidade do México, México

**Christian Hochfeld**  
Subdirector do *Öko-Institut e.V.* (*Institute for Applied Ecology*), Berlin Office, Alemanha

**Prof. Dr. István Láng**  
Membro da *Hungarian Academy of Sciences*, Budapeste, Hungria


**Dr. Allen White**  
Vice-presidente e Membro do Conselho de Administração do *Tellus Institute*, Boston, Massachussets, E.U.A.

O intercâmbio com especialistas em sustentabilidade internacionalmente reconhecidos tem um papel fundamental no diálogo da Henkel com os seus *stakeholders*. Para os Relatórios de Sustentabilidade de 2004 e 2005 pedimos a especialistas do Brasil, China, Alemanha, Hungria, Índia, Itália, México, Rússia e Estados Unidos da América que descrevessem os desafios e prioridades para os seus países e regiões. Escolhemos esses especialistas devido ao seu indiscutível conhecimento dos reptos enfrentados pelos respectivos países, mas também pela sua experiência em gestão de sustentabilidade corporativa.

Paralelamente, os especialistas de Itália e do México continuaram o seu diálogo com os gestores locais da Henkel. Assim, conseguimos comparar a nossa perspectiva dos desafios com a destes especialistas, enquanto eles adquirem um maior conhecimento das actividades e ideias da Companhia. Este tipo de diálogo permite-nos ajustar as nossas directrizes ao desenvolvimento sustentado e à responsabilidade social, para reflectir as expectativas externas nas diferentes regiões e encontrar as respostas adequadas - especialmente quando se trata de desenvolver soluções à medida das necessidades locais.

## Resultados do diálogo

No seu conjunto, a apreciação dos especialistas aponta para uma imagem equilibrada dos elementos-chave nas economias emergentes e países industrializados. É claro que grande parte dos desafios num cenário de desenvolvimento sustentável é igual em toda a parte, mas as prioridades e perspectivas diferem muito de região para região. As economias emergentes em particular, esperam que as multinacionais contribuam para o crescimento nos seus países. Pelo contrário, nos países industrializados, manter a competitividade é hoje a tarefa decisiva. O quadro seguinte apresenta os resultados do nosso diálogo com peritos na matéria e exemplifica várias

expectativas. As versões completas das declarações dos especialistas estão disponíveis na Internet. 

Baseando-nos nos resultados desse diálogo, elaborámos o nosso Relatório de Sustentabilidade e fomos ainda mais longe. A nova estrutura do relatório reflecte directamente as áreas-chave identificadas e indica as respostas da Companhia aos diferentes desafios regionais e globais.

Esta abordagem pretende enfatizar a seriedade com que encaramos as nossas responsabilidades corporativas e a nossa contribuição para o desenvolvimento sustentável.

Áreas-chave	Expectativas nos países industrializados	Expectativas nas economias emergentes
<b>Desenvolvimento económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Continuarmos a ser competitivos e a proporcionar oportunidades de desenvolvimento às economias emergentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Contribuir para o desenvolvimento do país, especialmente nas regiões estruturalmente mais carenciadas.</li> </ul>
<b>Valores e Administração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promover a escolha de elevadas normas sociais e ambientais ao longo de toda a cadeia de valor, especialmente entre os nossos fornecedores.</li> <li>▶ Criar transparência relativamente aos aspectos económicos, ecológicos e sociais das nossas actividades corporativas, sobretudo nas economias emergentes.</li> <li>▶ Apoio aos Direitos Humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Actuar de forma ética e legal.</li> <li>▶ Estabelecer elevados padrões ambientais e sociais e dar o exemplo a fornecedores e concorrentes.</li> <li>▶ Ajudar a criar competências e instituições de gestão.</li> </ul>
<b>Empregados e posto de trabalho</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promover a segurança laboral através da formação e desenvolvimento do empregado.</li> <li>▶ Conduzir proactivamente desafios como a igualdade de oportunidades e o envelhecimento da população.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Criar postos de trabalho e dar formação aos empregados.</li> <li>▶ Assegurar a protecção da saúde e segurança no trabalho.</li> <li>▶ Promover e aumentar no empregado a consciência da protecção ambiental.</li> </ul>
<b>Produtos e marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Garantir a segurança do produto.</li> <li>▶ Oferecer produtos de qualidade a preços justos.</li> <li>▶ Promover o consumo sustentável através de produtos ecológicos e éticos, informando os consumidores e aumentando a sua consciencialização.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Desenvolver e comercializar produtos de qualidade para aqueles que estão na parte inferior da pirâmide de riqueza.</li> <li>▶ Garantir que os produtos são seguros e compatíveis com o meio ambiente.</li> <li>▶ Ter em conta o contexto social e cultural.</li> </ul>
<b>Eficácia dos recursos e protecção climática</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Maior enfoque nos produtos: desmaterialização da economia, passando dos modelos de negócio orientados para o produto para aqueles que se guiam pelo serviço.</li> <li>▶ Ajudar a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Transferir <i>know-how</i> e novas tecnologias energéticas para conservação dos recursos.</li> <li>▶ Satisfazer as crescentes necessidades dos consumidores com produtos que utilizam poucos recursos de forma eficaz.</li> </ul>
<b>Compromisso social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Trabalhar para cumprir os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio da ONU.</li> <li>▶ Ajudar a resolver problemas sociais, fomentando o voluntariado também entre os empregados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Apoiar e promover, em particular, as crianças e jovens desfavorecidos.</li> <li>▶ Aumentar a consciência global acerca da protecção do meio ambiente.</li> <li>▶ Promover a educação e a investigação para o desenvolvimento sustentável.</li> </ul>

# Produtos sustentáveis e utilização eficaz dos recursos

## Centramo-nos na sustentabilidade

Actuar de forma responsável ao longo de toda a cadeia de valor – desde a investigação e o desenvolvimento até à produção e logística das nossas marcas e tecnologias – é um factor crucial na forma como dirigimos a nossa empresa.

A inovação é a chave para a sustentabilidade. O alinhamento coerente das necessidades de clientes e consumidores, juntamente com a consideração antecipada de aspectos ligados à sustentabilidade na nossa estratégia de investigação, coloca-nos à frente na técnica e dá-nos vantagens competitivas.

Os requisitos para a sustentabilidade e respon-

sabilidade social corporativa estão presentes desde o início na nossa investigação e no desenvolvimento de produtos. Durante estes processos, asseguramo-nos de que os nossos produtos e tecnologias são seguros se utilizados correctamente, e que não têm um impacto negativo na saúde nem no meio ambiente.

Os nossos especialistas analisam todos os riscos possíveis dos novos produtos ao longo do seu ciclo de vida. Este facto permite à Henkel cumprir as expectativas e cobrir as necessidades de clientes e consumidores, graças a produtos e tecnologias inovadoras.

Objectivos	Status
Desenvolvimento de um teste de sustentabilidade diferente para novas categorias de produtos no sector de negócios de Detergentes e Home Care.	Elaborou-se e definiu-se uma lista de critérios; a sua implementação está em fase de experimentação.
Avaliação sistemática da compatibilidade com o meio ambiente das matérias-primas utilizadas nos produtos cosméticos.	As avaliações já estão disponíveis para as substâncias utilizadas em grandes quantidades e estão dentro das avaliações de produto; o sistema de apreciações está a ser sistematicamente alargado para cobrir todas as substâncias, as já existentes e as novas.
Desenvolvimento contínuo de modelos de pele para testar a eficácia do produto e conseguir assim aumentar o benefício para o consumidor.	Foram lançados com êxito produtos inovadores para o cuidado do rosto, como é o caso de Diadermine Anti-rugas Expert.
Optimização permanente de toda a gama de produtos, em sintonia com os conceitos de segurança, saúde e meio ambiente.	Objectivo permanente: ver páginas 18 a 25.
Desenvolvimento de novos métodos para experiências sem animais.	Participação em programas colectivos com outras companhias, para que os novos métodos de testes possam ser investigados e estabelecidos mais eficazmente; ver páginas 14 e 15.
Preparação para o novo sistema REACH (acrónimo em inglês de Registo, Avaliação e Autorização de Produtos Químicos) da União Europeia.	Ver páginas 14 e 15.

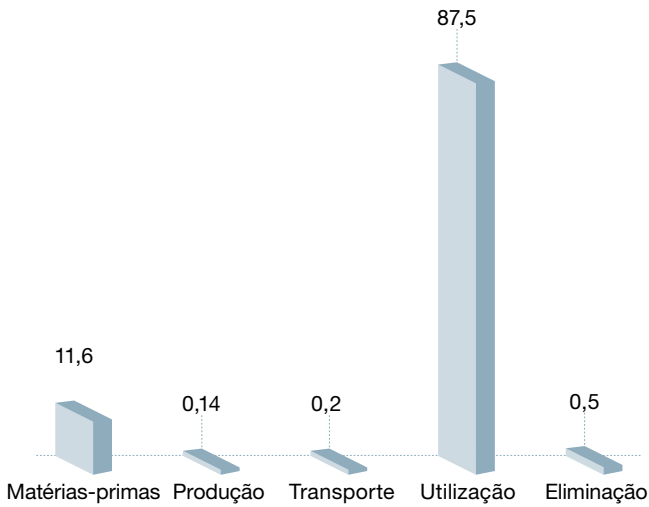
## Centrados no ciclo de vida do produto

Melhoramos continuamente a segurança dos nossos produtos e a sua compatibilidade com o meio ambiente em todas as fases do seu ciclo de vida: investigação e desenvolvimento, matérias-primas, produção, logística, utilização e eliminação. As medidas de aperfeiçoamento devem aplicar-se, em particular, nos pontos onde as consequências para o meio ambiente são mais significativas e onde podem efectuar-se melhoramentos de forma eficiente. Para identificá-los, os nossos especialistas analisam e examinam sistematicamente o ciclo de vida dos

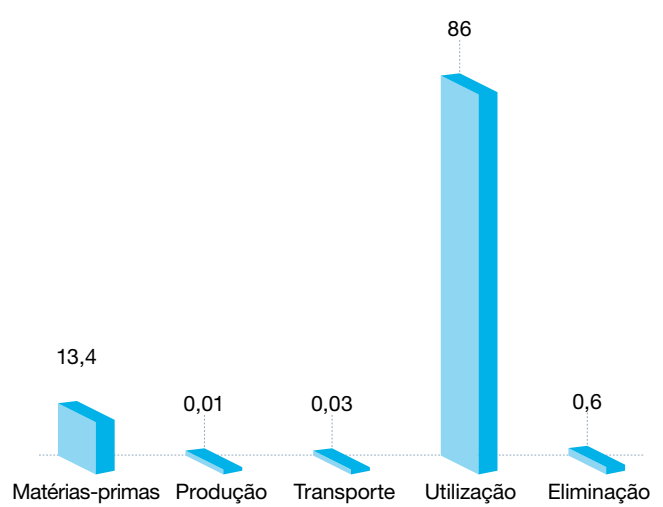
produtos. Ao fazê-lo, baseiam-se na sua experiência e conhecimento dos métodos de produção, aplicações, utilizações e eliminação dos nossos produtos para, finalmente, avaliar o seu ciclo de vida. A título de exemplo, a análise do ciclo de vida dos detergentes para a loiça mostra claramente que o seu impacto máximo sobre o meio ambiente se dá na fase de utilização do produto. Uma das tarefas chave é, pois, aperfeiçoar a eficácia dos detergentes a baixas temperaturas, utilizando cada vez menos água. Somat 7 é um exemplo de inovação nesta área (ver página 19).

Análise do ciclo de vida dos detergentes para a loiça

Consumo de energia (percentagem)



Consumo de água (percentagem)



**Trabalho conjunto**

A Henkel participa em programas colectivos com outras companhias porque o desenvolvimento sustentável só pode ser alcançado através de acções conjuntas e coordenadas. Dois projectos iniciados pela *International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.)* tiveram especial importância em 2006. Referimo-nos ao “Laundry Sustainability Project” e ao “Save Energy and Water”, estando este último relacionado com a eficácia energética das lavagens automáticas de loiça na União Europeia, Noruega, Islândia e Suíça. *i*

A Henkel continua no encalço dos objectivos da Charter for Sustainability Cleaning da A.I.S.E. Em Março de 2005, depois de superar a auditoria necessária, a Henkel foi a primeira companhia a assinar a Carta, cujo objectivo é o de promover e demonstrar a implementação de práticas sustentáveis no desenvolvimento, produção, utilização e eliminação de detergentes e produtos de limpeza ao longo do ciclo de vida dos produtos. *i*



**Segurança dos produtos: Implementação na Henkel**

A qualidade de excelência dos produtos Henkel significa mais do que altas prestações e utilidade. De facto, também inclui os aspectos relacionados com a segurança e compatibilidade ecológica. Clientes e consumidores podem ter a certeza que os produtos e tecnologias Henkel são seguros quando utilizados correctamente, e que foram testados exaustivamente para assegurar a sua compatibilidade com o meio ambiente. Os potenciais riscos dos novos produtos são analisados sistemática e antecipadamente durante os processos de investigação e desenvolvimento. *i*



“As iniciativas que apoiam o consumo sustentável nos mercados da União Europeia e de outras nações industriais, têm um grande potencial para aumentar a consciência dos consumidores e para ter êxito com bens e serviços sustentáveis”.

**Christian Hochfeld,**  
Subdirector do Öko-Institut e.V.  
(Institute for Applied Ecology),  
Berlin Office, Alemanha  
[www.oeko.de](http://www.oeko.de)

Para começar, os nossos especialistas investigam os ingredientes existentes nos produtos para aferir se estes podem representar um perigo para as pessoas ou para o meio ambiente. Depois, determinam em que medida, grau e contexto as pessoas estão expostas à substância. Em muitos casos, determina-se se a substância não provoca efeitos nocivos, a menos que esteja presente numa certa quantidade e concentração. Só é possível determinar se um produto pode ser utilizado de forma segura quando se analisam os resultados de ambos os critérios de avaliação para detectar os potenciais riscos. A fórmula do produto também é submetida a uma análise das propriedades dos seus ingredientes separadamente, da sua concentração e das condições de uso. A utilização de substâncias com certas propriedades de risco ou perigo é rigorosamente restrita a algumas aplicações. A título de exemplo, as substâncias que demonstraram ter propriedades cancerígenas, teratogénicas ou mutagénicas não são utilizadas em produtos para consumo. Mas há outras substâncias que estão sujeitas a rigorosas condições e restrições impostas pela Henkel.

Os profissionais dedicados ao desenvolvimento de produtos e os especialistas em segurança controlam e fazem o seguimento dos produtos existentes no mercado, para acumular experiências que são prontamente avaliadas e para assegurar que os produtos existentes no mercado são efectivamente seguros. Os novos conhecimentos científicos, as impurezas inesperadas nas matérias-primas ou os problemas relacionados com a produção levam a que se faça uma nova avaliação do produto, ou se procedam a alterações nas medidas de prevenção e protecção.

### Desenvolvimento de alternativas aos testes em animais

Em 2006 consolidámos a nossa investigação à pele e cabelo com o desenvolvimento de sistemas de testes que não utilizam o recurso a animais vivos, e através de estudos dermatológicos na nossa companhia biológica Phenion. O objectivo deste novo centro de competências é procurar e investigar as interacções entre as substâncias e a pele humana. Mediante o conhecimen-

### Implementação em toda a Companhia



A Segurança Corporativa do produto define os requisitos e procedimentos e promove auditorias regulares para verificar o seu cumprimento. Os sectores de negócio são responsáveis pela implementação da segurança do produto.

to adquirido, a Phenion apoia o desenvolvimento de produtos inovadores da Henkel e promove o desenvolvimento de alternativas aos testes em animais.

Entre outros métodos, a Phenion utiliza um modelo de pele humana que desenvolveu como base para conceber novos métodos de provas *in Vitro* (experiências feitas em provetas). A partir da cooperação com grupos líderes em investigação de todo o mundo, a Phenion também actua como um centro industrial de referência para a implementação de métodos alternativos de testes. <sup>i</sup>

### Sociedade europeia para alternativas aos testes em animais

Em finais de 2005, a Comissão Europeia e várias companhias industriais fundaram a European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing (EPAA). O seu objectivo é o de promover o desenvolvimento de alternativas aos testes em animais. A Henkel participa activamente nesta Sociedade, juntamente com a sua companhia de investigação Phenion. A 18 de Dezembro de 2006, a EPAA publicou o seu primeiro relatório anual. <sup>i</sup>



### Requisitos da política da UE para produtos químicos

A Henkel subscreve o projecto para a nova regulamentação REACH da Comissão Europeia sobre o registo, avaliação, autorização e restrição de produtos químicos. A aprovação do regulamento pelos ministros do Meio Ambiente da UE, em Dezembro de 2006, pôs fim a muitos anos de debate sobre a reforma da política europeia de produtos químicos. REACH entrou em vigor no dia 1 de Junho de 2007.

Como utilizadora de substâncias químicas, a Henkel já aplica rigorosos processos de avaliação que serão corrigidos, se necessário, para cumprir os requisitos futuros. No entanto, a Henkel também fabrica e importa produtos químicos que, segundo as cláusulas REACH, terão que ser registados.

Em todas as áreas da Companhia envolvidas, os grupos de trabalho estão a fazer os preparativos necessários para implementar eficazmente as medidas impostas pelo regulamento REACH dentro do prazo estipulado. Este trabalho inclui a comunicação com os nossos fornecedores de matérias-primas e com os clientes que comprem os nossos produtos técnicos, assim como o pré-registo de matérias-primas.

Todavia, as especificações para a implementação REACH ainda não estão disponíveis. Para assegurar que estas especificações são formuladas com pragmatismo, a Henkel está a participar activamente no desenvolvimento de propostas adequadas a nível europeu. A preocupação reside na implementação de métodos eficazes para avaliar os produtos em função dos resultados da análise dos seus componentes individuais. *i*

### Contribuição para a protecção do clima

As alterações climáticas são um dos problemas ambientais mais complexos e importantes da nossa era. Conhecemos bem a importância da redução dos gases com efeito de estufa em todo o mundo. Como fabricantes de produtos de consumo de vida curta, assim como de produtos industriais e tecnologias, a nossa actividade não produz muitas emissões. A maior parte da energia é consumida e, por

#### Reconhecimento do desenvolvimento de energias alternativas



Com a criação à medida de adesivos e vedantes de alta tecnologia, a Henkel possibilitou à Solar Integrated o fabrico de placas solares extremamente leves e flexíveis. Em Novembro de 2006, a bem sucedida colaboração foi galardoada com o European Environment Press Award no certame sobre o meio ambiente Pollutec, que decorreu em Lyon, França.

isso, a grande fatia de dióxido de carbono é emitida durante a utilização dos nossos produtos, como o demonstra a análise do ciclo de vida dos detergentes para a loiça (ver página 13).

Esta é a principal razão pela qual nos centramos no desenvolvimento de produtos e tecnologias eficientes do ponto de vista energético. Com o nosso *know-how* em colas, vedantes e produtos de tratamento para superfícies, desempenhamos um papel importante no desenvolvimento de fontes de energias renováveis e limpas, como as células de combustível e as placas solares leves e flexíveis. Assim, damos um importante contributo para o desenvolvimento de alternativas aos combustíveis fósseis. Nas nossas fábricas aumentamos a eficácia energética dos processos produtivos e minimizamos as emissões de dióxido de carbono. Utilizamos, por exemplo, recursos renováveis e a cogeração na central eléctrica da fábrica de Dusseldorf. As nossas actividades em todo o mundo permitiram-nos reduzir o consumo de energia em 27% nos últimos cinco anos. Através da redução das emissões de dióxido de carbono a si associadas, ajudamos a proteger o clima. *i*

# Matérias-primas

## Centramo-nos na sustentabilidade

Durante muitos anos utilizámos ingredientes baseados em matérias-primas renováveis para otimizar todas as características dos nossos produtos, sempre que tal era compatível com as exigências ecológicas, económicas e sociais.

As matérias-primas renováveis são ingredientes fundamentais na fórmula dos detergentes para a roupa, gel de banho, tubos de cola, fita-cola para

embrulhos e adesivos para o *packaging*. Contudo, existem outros ingredientes feitos a partir de matérias-primas minerais e não renováveis. Esperamos que os nossos fornecedores de matérias-primas actuem de acordo com a nossa ética corporativa. As compras baseiam-se em directrizes específicas para toda a Companhia.

### Objectivos

Desenvolvimento de ingredientes de altas prestações baseados em matérias-primas renováveis, com o objectivo de reduzir a dependência a longo prazo de ingredientes obtidos a partir de óleos minerais.

### Status

Objectivo a longo prazo; vários projectos de investigação, também com parceiros externos.

## Matérias-primas com futuro

Um dos objectivos fundamentais dos nossos processos de investigação e desenvolvimento é encontrar substitutos para os ingredientes baseados em óleos minerais. Procuramos matérias-primas provenientes de recursos renováveis. As matérias-primas que se obtêm a partir do amido e da celulose são exemplos de alternativas interessantes, do ponto de vista económico e ecológico. Isto porque se podem obter de fontes como o milho, batatas, algodão e plantas fibrosas, e porque a sua utilização reduz a dependência dos óleos minerais, que constituem uma fonte cada vez mais limitada e dispendiosa. Nós e os nossos compromissos encaminhamo-nos cada vez mais para alternativas como estas.

## Matérias-primas renováveis

As matérias-primas renováveis são, historicamente, uma das maiores fontes de matérias-primas para detergentes e produtos de limpeza para o lar. O sabão – utilizado tradicionalmente para lavar a roupa e também para a higiene pessoal – foi produzido durante séculos a partir de gorduras e óleos vegetais ou animais. Actualmente, a grande maioria dos detergentes e produtos de limpeza para o lar são com-

postos por vários ingredientes, cada um deles com uma função especial. Regra geral são inorgânicos e não podem ser substituídos por ingredientes baseados em matérias-primas renováveis. Os surfactantes são um caso à parte. Constam de uma parte lipofílica – entidade molecular com tendência para se dissolver em solventes gordos – que se obtém de óleos vegetais ou minerais e de uma parte hidrofílica – propriedade de atrair a água – que habitualmente é composta por óleos minerais ou é inorgânica. Os surfactantes que são apenas constituídos por matérias-primas renováveis, como os alquil poliglucosídeos (APG), são uma excepção.

Para conseguir os melhores resultados em lavagens, utilizamos uma mistura de diferentes surfactantes. Em mais de metade deles, a parte lipofílica é composta por matérias-primas renováveis. Os ingredientes baseados em óleos renováveis e em gorduras como o óleo de noz de palma, que só pode ser utilizado para fins industriais, são fruto da vasta experiência da Henkel. A proporção de matérias-primas renováveis nos surfactantes utilizados em detergentes e produtos de limpeza para o lar é de 35%. Nos restantes 65% estão os ingredientes inorgânicos obtidos a partir de óleos minerais.



### Produtos de styling obtidos a partir do amido

No sector da cosmética, as matérias-primas naturais utilizam-se em todos os grupos de produtos: sabão, gel de duche e produtos para o cuidado da pele. Os nossos champôs contêm cerca de 45% de matérias-primas renováveis (pesadas em seco). A utilização de ingredientes obtidos de matérias-primas renováveis é também cada vez maior nos produtos de styling. A título de exemplo, os sistemas de espessamento derivados de óleos minerais (poliacrilatos) estão a ser substituídos por sistemas à base de amido e celulose. As matérias-primas renováveis constituem uma terceira parte do nosso novo creme de styling para o cabelo, Osis Buff.

### Cola natural

As matérias-primas renováveis como o amido, a celulose, as dextrinas e as proteínas são utilizadas em muitas colas de consumo, profissionais e industriais, que oferecem uma grande variedade de aplicações. Utilizamos, por exemplo, matérias-primas renováveis nos tubos de cola, na fita-cola para embrulhos e colas para o *packaging*. As colas para a etiquetagem de garrafas contêm até cerca de 45% destas matérias-primas. No ano 2000, alterámos a fórmula do nosso tubo de cola Pritt para uma outra baseada em matérias-primas renováveis, que agora constituem cerca de 90% do seu peso em seco.

### Diálogo para a colheita sustentável do óleo de palma

A Round Table for Sustainable Palm Oil (RSPO) foi lançada em 2004 por todos os seus *stakeholders*

numa iniciativa mundial. Nós apoiamos o objectivo da RSPO que se propõe desenvolver novas soluções para uma colheita e uma utilização sustentáveis do óleo de palma ao longo de toda a sua cadeia de valor. Em 2006, e como tema central do diálogo, procuraram-se formas de rastrear toda a cadeia de prevenção do óleo de palma colhido de forma sustentável, desde a sua plantação até ao utilizador final. A Henkel utiliza como matéria-prima – indirectamente, através dos seus fornecedores de matérias-primas – menos de 0,2% do óleo de palma e do óleo de noz de palma de todo o mundo. No entanto, acreditamos ser nosso dever contribuir com a nossa experiência e conhecimentos para as investigações em curso que procuram soluções viáveis.

### Biológico e degradável

Os bioplásticos são, em muitos aspectos, mais compatíveis com o meio ambiente do que os plásticos convencionais. Minimizam o consumo de óleos minerais e são quase totalmente biodegradáveis se estiverem nas condições adequadas para o fazer. Tendo em conta o aumento dos preços dos óleos minerais e dos custos de produção associados, a aplicação deste tipo de materiais no *packaging* poderia proporcionar vantagens económicas muito atractivas a longo prazo. Neste sentido, temos experimentado regularmente diferentes opções para utilizar bioplásticos como material para o *packaging*. Infelizmente, nenhuma delas satisfaz as nossas elevadas exigências. Vamos continuar a desenvolver alternativas neste sector e procurar activamente os materiais e aplicações mais adequados. <sup>(i)</sup>

# Marcas e tecnologias

## Centramo-nos na sustentabilidade

Ao adquirir as nossas marcas e tecnologias, consumidores e clientes esperam elevadas prestações, grande utilidade, segurança total e compatibilidade dos produtos com o meio ambiente. As marcas e tecnologias da Henkel contribuem significativamente para a saúde e a higiene, alargando a vida útil dos bens de consumo e fazendo uma utilização eficaz dos recursos. Os detergentes de alto rendimento limpam os tecidos com cuidado e em profundidade, mesmo a baixas temperaturas. Os adesivos e vedantes protegem os edifícios da humidade, do calor e do frio. As nossas inovadoras soluções de sistemas proporcionam aos clientes industriais os benefícios da protecção ambiental e uma poupança significativa nos custos de energia, água e resíduos. Os tratamentos para superfícies protegem os materiais da corrosão e prolongam a sua vida útil.

Os processos globalmente aprovados e uniformizados asseguram a compatibilidade dos nossos produtos com o meio ambiente. Os detergentes, produtos de limpeza para o lar, cosméticos e produtos para o cuidado pessoal – que acabam nas águas residuais após a sua utilização – foram especialmente concebidos para não terem um impacto excessivo nas águas da superfície terrestre. Por vezes, as águas residuais geradas durante a utilização de produtos químicos industriais têm que ser tratadas para eliminar os agentes contaminantes antes de terminar no sistema de águas residuais.

A inovação dos produtos e as sistemáticas revisões do nosso portfólio ajudam a reduzir a carga ambiental associada à fase de utilização do produto, e vai mais além para assegurar novos aperfeiçoamentos na protecção da saúde.

Objectivos	Status
<p> Lançamento na Europa do portal TheoPrax, que contém informação acerca da lavagem de roupa, loiça e limpeza para profissionais e pessoas interessadas do público em geral.</p>	<p> Já foi feito um plano do projecto. Os sectores de negócio estão a trabalhar na coordenação e compilação dos conteúdos.</p>
<p> Inovação contínua centrada na procura de uma maior utilidade e rendimento, doses cada vez mais reduzidas de detergentes e produtos de limpeza para o lar.</p>	<p> Ver páginas 19 e 20.</p>
<p> Substituição de adesivos para soalhos de parquet com elevado conteúdo em solventes por outras alternativas com menos emissões, contribuindo assim para a protecção do meio ambiente e para a saúde.</p>	<p> Dois tipos de adesivos para soalhos de parquet, obtidos a partir de uma nova base de silano – Thomsit P 685 e Thomsit P 690 – substituíram na Alemanha quase 30% dos adesivos para parquet à base de solventes. Thomsit P 690 foi também lançado noutros países europeus e está a ter muito êxito.</p>
<p> Expansão do mercado de adesivos para ladrilhos muito leves e económicos e transferência de tecnologias para outras categorias de produto, optimizando a eficácia dos recursos.</p>	<p> Lançamento de um adesivo para ladrilhos que proporciona mais 30% de cobertura e menos 90% de pó comparativamente aos produtos tradicionais. Ver páginas 21 e 22.</p>
<p> Eliminação de pastas de soldadura com chumbo na indústria electrónica para maior protecção do meio ambiente.</p>	<p> A venda de pastas de soldadura sem chumbo aumentou de 5% em 2004 para mais de 61% no último trimestre de 2006.</p>
<p> Eliminação do níquel da água de lavagem utilizada no pré tratamento das carroçarias na indústria automóvel, protegendo a água.</p>	<p> A tecnologia IonGard foi concebida para eliminar possíveis agentes contaminantes e para permitir a operação em circuitos fechados de água.</p>
<p> Desenvolvimento de adesivos e vedantes mais puros e com uma longa vida útil para células de combustível para fomentar novas fontes de energia limpas.</p>	<p> Estão a ser comercializados os primeiros produtos para células de combustível em carros e para aplicações definitivas. Desenvolvimento de uma nova geração de produtos com uma vida útil mais longa.</p>
<p> Desenvolvimento de materiais compostos inovadores e ligeiros para que a indústria aeronáutica reduza o consumo de combustível.</p>	<p> Os potenciais clientes continuam a experimentar as tecnologias desenvolvidas pela Henkel.</p>
<p> Aperfeiçoamento de soluções de sistemas à medida para tecnologias que utilizam recursos renováveis, para gerar fontes de energia mais limpas.</p>	<p> Os vedantes para turbinas de vento e os produtos para remoção de ferrugem das hélices foram introduzidos no mercado com sucesso.</p>
<p> <b>Novo objectivo:</b> Desenvolvimento de um novo processo para a indústria automóvel, para o pré-tratamento de metais com nanocerâmica, como alternativa às camadas de fosfato de ferro (metal pesado). Implementação prevista para finais de 2008.</p>	<p> Pesquisa intensiva, em colaboração com os parceiros.</p>



### Lavagem sustentável em toda a Europa

Conservar os recursos naturais é um dos objectivos das iniciativas levadas a cabo pela International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.). No decurso das mesmas, o rendimento dos detergentes para a roupa da Henkel foi melhorado constantemente na Europa Ocidental. Paralelamente, conseguimos reduzir as doses necessárias de produto e a temperatura de água para a lavagem.

Desde 2006 que a Henkel tem estado envolvida no “Laundry Sustainability Project” da A.I.S.E. nos novos Estados-Membros da UE e nos países candidatos da Europa Central e de Leste, assim como noutros países vizinhos. O objectivo é contribuir para fomentar novas práticas de lavagem que conservem os recursos. Este projecto visa reduzir o consumo de substâncias químicas, de *packaging* e de energia durante a produção, transporte e fase de utilização.

Como parte do “Laundry Sustainability Project”, os fabricantes envolvidos comprometem-se a lançar no mercado detergentes modernos e eficazes em pó compacto, substituindo os actuais de utilização pesada. Os novos e reformulados detergentes da Henkel permitiram reduzir em cerca de um terço (de 150 para 100 gramas) as doses necessárias para cada ciclo de lavagem na Europa Central e de Leste. Para habituar os consumidores às doses mais pequenas, inclui-se um doseador específico em cada pacote de detergente em pó. Os detergentes em pó compacto podem ser reconhecidos pelo logótipo




EuroCompact impresso na embalagem. 

### Somat 7 com activador a baixas temperaturas

O inovador Somat 7 estabelece novos padrões de eficácia e poupança energética na lavagem automática de loiça. Somat 7 proporciona aos consumidores um excelente rendimento na limpeza, mesmo quando utilizado em programas de poupança de energia e água. Com a ajuda de um activador para baixas temperaturas, a loiça fica impecavelmente limpa a uma temperatura de apenas 40°. O novo activador de detergente, com enzimas activos de lavagem, elimina a sujidade mais difícil, nomeadamente a de ovo ou restos de molho, para que possa ser limpa a apenas 40° Celsius. Os agentes branqueadores eliminam completamente as manchas, mesmo as do chá. Quando utilizado em programas a 40°, Somat 7 pode poupar até 20% da energia necessária para programas semelhantes a 50° ou 55°. O ambiente fica a ganhar, mas também o consumidor final que terá menos custos energéticos.

Desde 2006 que temos apoiado a iniciativa “Save Energy and Water” da International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.) com os nossos detergentes para a lavagem automática de loiça. Esta iniciativa alerta os consumidores de todos os Estados-Membros da UE, assim como da Noruega, Islândia e Suíça para a importância da economia de energia e água quando a máquina de lavar loiça é utilizada. Os logótipos correspondentes nas embalagens de detergentes para máquinas



de lavar loiça e a informação disponível na Internet levam a que os consumidores seleccionem programas energeticamente mais eficazes. 



### Poder de limpeza total com doses mais pequenas

Também temos trabalhado intensamente em prol da eco eficácia dos nossos detergentes líquidos para a lavagem de roupa nos EUA. O detergente líquido Purex foi otimizado e reformulado num novo concentrado que, com apenas metade da dose, garante os mesmos resultados de limpeza que os detergentes líquidos tradicionais. Como os detergentes concentrados constituem uma nova categoria de produto nos EUA, a aceitação de diferentes tamanhos de *packaging* foi avaliada em 2006 através de diversas experiências junto dos consumidores. Purex Ultra Concentrate vai ser lançado em 2007 nos EUA por fases. O novo produto vai contribuir, em muitos aspectos, para a economia de recursos e para a redução da carga ambiental. A pequena dose de detergente líquido necessária para a roupa e o menor volume de produto resultante levam ao consumo de menos água na produção dos detergentes. Além disso, utilizamos menos 40% de material destinado ao *packaging*. Estas medidas também provaram ser eficazes no transporte, distribuição e armazenamento. Têm que ser feitas menos viagens, o que equivale a uma economia de 6,5 milhões de litros de combustível diesel por ano que, por sua vez, representa 17.000 toneladas de emissões de dióxido de carbono. Os retalhistas podem otimizar o espaço de armazenamento e de exposição nos lineares. Finalmente, os consumidores também beneficiam do tamanho inferior da garrafa Purex Ultra Concentrate, uma vez que é mais fácil de transportar, manipular e guardar.

### Branco Radiante

Uma característica da Henkel em todo o mundo é a adaptação dos seus produtos aos desejos e necessidades específicas dos consumidores a nível local. Em muitos países do Norte de África, por exemplo, é tradição vestir roupas brancas, pelo que os consumidores podem ajuizar de forma muito crítica a brancura da roupa acabada de lavar. Para satisfazer esta necessidade, os detergentes para roupa Nadhif na Tunísia e Isis na Argélia, contêm ingredientes especiais para dar à roupa lavada uma aparência e brancura inigualáveis. Quando as peças de roupa são estendidas ao Sol para secar, os ingredientes de Nadhif e Isis continuam a actuar, combatendo as nódoas e aumentando a brancura. Como resultado, a roupa fica radiantemente branca e não precisa de ser lavada com tanta frequência, poupando assim uma quantidade de água preciosa. No México, onde a roupa lavada é seca ao Sol, estes ingredientes foram incluídos com sucesso na marca de detergentes 1-2-3.

### Sabão Fa Espuma Suave

A compatibilidade e o cuidado da pele são uma prioridade nos sabões. As fórmulas com o mesmo pH da pele não secam as mãos e, por isso, são as preferidas dos consumidores. Actualmente já é possível uma limpeza suave e cuidadosa, graças à nova fórmula e ao inovador método dispensador do Sabão Espuma Suave de Fa. Um doseador especialmente concebido para a Henkel produz uma espuma suave e cremosa no preciso momento em que o sabão sai da embalagem, reduzindo a quantidade de água e de produto necessário para lavar as mãos, uma vez que já não é



preciso água para produzir espuma. Além disso, a espuma garante o mesmo resultado, em termos de higiene, que os tradicionais sabões líquidos, mesmo com uma menor proporção de substâncias activas para a limpeza (surfactantes). Este pormenor faz da Espuma Suave Fa um sabão especialmente suave e compatível com a pele. A sua fórmula, baixa em surfactantes, é também altamente ecológica.

### Cuidado intensivo do cabelo

Durante anos a Henkel utilizou ingredientes renováveis nos seus produtos. As substâncias naturais de cuidado para o cabelo, por exemplo, ajudam a regular a sua hidratação. Neste contexto, Schauma foi um êxito ao conseguir incorporar, pela primeira vez, um ingrediente que já era utilizado no cuidado da pele em duas novas linhas de produto para o cuidado dos cabelos:

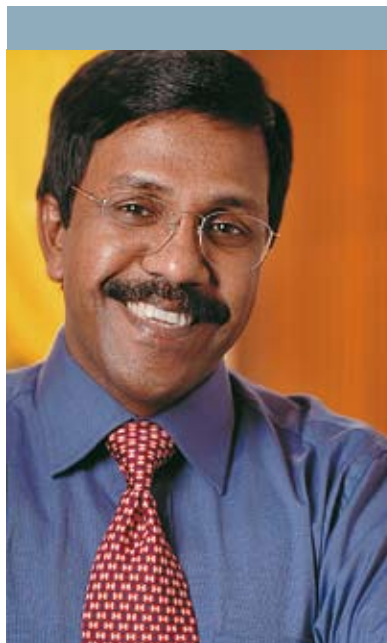
- ▶ A nova linha de produtos para o cuidado capilar Schauma Iogurte e Aloé Vera tem ingredientes naturais para proteger o cabelo ressequido. Mesmo não sendo visível a olho nu, o cabelo saudável contém cerca de 30% de água. As propriedades hidratantes do iogurte e do aloé vera são amplamente reconhecidas. Adicionalmente, as suas vitaminas reestruturantes regeneram e fortalecem o cabelo.
- ▶ A fórmula de Schauma Repair, com extractos de manteiga de karité e coco, também contém princípios naturais activos. O elevado conteúdo em lípidos essenciais e em vitaminas provenientes da manteiga de karité, fazem deste um ingrediente especialmente adequado aos produtos de cosmética capilar. A efectiva combinação de extractos de mantei-



ga de karité e coco repara o cabelo danificado desde a raiz, tornando-o mais fácil de pentear.

### Não mais pó

Quando os profissionais e os DIYers (*do-it-yourself*, ou “faz tu mesmo”) preparavam cimentos cola para revestimentos, ficavam frequentemente envolvidos numa nuvem de pó de cimento. Por vezes, isto originava tosse, irritações na pele e pó nos olhos. No novo adesivo Ceresit microgranular “High Flexible”, as partículas de pó estão ligadas em finos microgrânulos, o que representa menos 90% de pó comparativamente aos adesivos tradicionais utilizados para revestimentos. Desta forma, respeitamos a saúde do utilizador e reduzimos a quantidade de pó existente no ambiente de trabalho e áreas vizinhas.



**“A Henkel deve procurar proativamente uma forma de criar outras vantagens competitivas com uma nova classe de produtos e serviços que potenciem, melhorem e aumentem as possibilidades de acesso à qualidade de vida dos clientes da Henkel que vivem nas nações economicamente menos desenvolvidas do mundo”.**

**Prof. Dr. P.D. Jose,**  
Corporate Strategy and Policy Area,  
Indian Institute of Management  
Bangalore, Índia,  
[www.iimb.ernet.in](http://www.iimb.ernet.in)



Outra vantagem reside nos mais de 30% de cobertura por quilo de adesivo que se obtém: 18 quilos de Ceresit “High Flexible” cobrem uma área que qualquer outro produto apenas conseguiria com 25 quilos. Além disso, o esforço necessário para aplicar o novo adesivo para revestimentos é muito menor.

#### Grande poder de adesão – sem solventes

No mercado da construção civil dos Estados Unidos, as regulamentações cada vez mais limitadas restringem a utilização de solventes nos materiais para a construção. Um número crescente de consumidores reclama uma maior utilização de materiais que respeitem o meio ambiente e que não representem um risco para a saúde no sector da construção de casas. No entanto, até agora a indústria tem-se debatido com um grande inconveniente: os adesivos sem solventes para a montagem e construção não satisfazem os requisitos e exigências do mercado. A Henkel criou o primeiro adesivo de montagem de alto rendimento baseado em água do mercado norte-americano. A adesão instantânea de Loctite PowerGrab é, além disso, nove vezes superior à dos tradicionais adesivos de montagem. O novo adesivo, sem odor, também pode ser lavado com água. Tendo como ponto de referência a venda de unidades no referido mercado, a substituição dos adesivos tradicionais por Loctite PowerGrab reduziu em 430 toneladas o nível de emissões no decurso dos trabalhos de construção em 2006



No centro de formação de Ceresit em Staporków, Polónia, os profissionais aprendem as técnicas ideais para a aplicação de produtos na construção

#### Formação para profissionais na Europa Central e de Leste

Para os nossos especialistas em materiais de construção, a qualidade não termina com o desenvolvimento e venda de produtos de alta performance. A Henkel também quer ajudar os profissionais a utilizar estes produtos da forma mais eficaz possível. Todavia, em muitos países não existe um sistema uniforme para formação de profissionais, de tal forma que, frequentemente, há um défice nos seus conhecimentos técnicos. Por isso, oferecemos cursos de formação em todo o mundo. Na Europa Central e de Leste, por exemplo, estamos a construir avançados centros de formação para os profissionais de toda a região. Só na Ucrânia e na Rússia, a Henkel Ceresit já criou mais de 27 Centros de Engenharia Tecnológica. Entretanto, e até finais de 2007, serão abertos mais 30. Nestes centros, os profissionais aprendem a utilizar os produtos Ceresit para a construção da forma mais eficaz possível, particularmente na instalação de sistemas de isolamento de calor nas fachadas. Em cooperação com o Ministério da Educação da Ucrânia, os profissionais Henkel do sector da construção também estão a colaborar na formação da próxima geração de profissionais em escolas estatais de ensino técnico profissional. Desta forma, passo a passo, vão-se estabelecendo novos padrões de qualidade.

Graças à estreita cooperação entre Ceresit e os profissionais e especialistas da construção civil, damos uma grande importância ao diálogo franco e aberto. A opinião especializada e fundamentada dos utilizadores ajuda-nos a melhorar os nossos produtos e é uma fonte de novas ideias.





### Poupar energia em casa



Em média, cerca de 22% do calor de um lar perde-se pelas portas e janelas.

Regra geral, este facto

deve-se às juntas mal vedadas e a um isolamento térmico deficitário das paredes exteriores. Em contrapartida, as janelas e portas bem isoladas mantêm o calor no interior das habitações durante mais tempo, ajudando assim a reduzir o consumo de energia e os custos associados. Com a Windows Technology Wuality System (WINTeQ System) desenvolvemos uma ampla gama de produtos da marca Teroson para vedar juntas de portas e janelas de madeira, plástico e metal. Estes produtos ajudam a reduzir significativamente as perdas energéticas do lar. Como proposta global para prevenir a perda de calor, WINTeQ proporciona soluções individuais, à medida de cada problema. Adicionalmente às espumas e vedantes flexíveis para o isolamento de juntas e concavidades, existem ainda fitas vedantes de espuma comprimida e películas vedantes permeáveis ao vapor para as janelas exteriores, assim como para o interior. Os picos de calor e as correntes de ar são, assim, evitados eficazmente, ao mesmo tempo que os edifícios são protegidos da humidade e do mofo. O calor que sai pelas portas e janelas, seja em construções novas ou antigas, é reduzido ao mínimo. WINTeQ ajuda os profissionais e os especialistas da construção civil na Alemanha, por exemplo, a satisfazer os exigentes requisitos da Energy Saving Ordinance. Em 2006 este sistema foi lançado também nos EUA. Com a ajuda de produ-

tos adaptados aos métodos de construção da América do Norte, WINTeQ vai permitir reduzir o consumo de energia e, desta forma, a emissão de gases com efeito de estufa na região.

### Gases reduzidos ao mínimo

Os livros, as placas dos armários de cozinha, as esponjas de lavar loiça e outros acessórios para a casa mantêm-se unidos graças ao poliuretano reactivo termofusível. Este tipo de adesivo proporciona múltiplas vantagens uma vez que não contém solventes, actua rapidamente e cria ligas muito fortes, resistentes ao calor. No entanto, tem um inconveniente: os gases emitidos quando utilizado podem comportar um risco para a saúde se não forem tomadas as medidas de protecção especificadas. Para melhorar a saúde e segurança laboral aquando da utilização de termofusíveis criámos uma alternativa. O novo Purmelt MicroEmission reduz ao mínimo a emissão de gases durante o seu processamento. Comparativamente aos termofusíveis de poliuretano tradicionais, Purmelt MicroEmission liberta menos 90% de vapores nocivos e, por isso, não deve ser considerado perigoso. Desta forma, Purmelt MicroEmission contribui significativamente para a saúde e segurança laboral nas fábricas onde se produzem adesivos. Este facto é comprovado pelos fundos de indemnização aos trabalhadores e outras entidades independentes, como o Fraunhofer Institute for Manufacturing and Advanced Materials.



Em Dezembro de 2006, a Henkel Itália foi galardoada com o Federchimica Product Stewardship, na categoria de “grandes empresas”, pela sua tecnologia Cleanox LF. A nova tecnologia reduz substancialmente a quantidade de substâncias perigosas utilizadas nos processos industriais de decapagem de aço inoxidável, o que permite aumentar a segurança laboral e implementar novos modelos para a saúde, segurança e meio ambiente na indústria do aço.

### Gestão de químicos

Passar do modelo de negócio orientado unicamente para o produto, para aquele que é orientado pelo serviço ganha cada vez mais importância na Henkel. Experiência, serviço, e *know-how* técnico complementam, seguramente, a venda dos bens de consumo. Exemplo disso é o conceito de Gestão de Químicos da Henkel nos EUA. Para além da venda dos nossos produtos, facultamos aos consumidores um sistema integrado que cobre todos os aspectos produtivos relacionados com a utilização de produtos químicos. Uma equipa de 115 especialistas da Henkel em Nashville, Tennessee, apoia os clientes tendo em conta a escolha, o processamento e a eliminação de substâncias químicas. Destes, 80 funcionam como consultores directos que prestam assistência, *in loco*, às companhias de toda a nação.

A experiência profissional e técnica da Henkel no tratamento de produtos químicos ajuda os clientes a aperfeiçoar os seus processos, reduzir custos e proteger o meio ambiente. A título de exemplo, a Henkel introduziu novos controlos de qualidade nas fábricas de alguns clientes que ajudam a reduzir o consumo de recursos e as margens de erro durante a produção. Os programas são concebidos e implementados conjuntamente para assegurar a correcta eliminação dos produtos químicos e o cumprimento dos regulamentos ambientais.



### Preservar valores com Loctite

As fábricas e maquinaria implicam sempre um grande investimento económico. Os períodos de *downtime* que ocorrem devido a avarias ou outras anomalias geram, frequentemente, consequências muito dispendiosas. A conservação, a longo prazo, do equipamento de produção é, pois, extremamente importante. Os produtos Loctite dão um importante contributo para manter o equipamento em boas condições e para evitar riscos.

Tomando como exemplo uma companhia de aço nos EUA, os produtos Loctite permitiram reduzir consideravelmente o *downtime* de uma bomba industrial e, conseqüentemente, economizar custos. Durante uma inspecção de rotina, a companhia detectou sinais evidentes de desgaste na superfície da bomba numa torre de refrigeração. O tempo calculado para a reparação e a manutenção da correcção foi de cinco semanas. No entanto, com a ajuda de Loctite, os danos foram reparados em apenas algumas horas. Primeiro, eliminou-se a sujidade da carcaça da bomba com o produto Loctite Cleaner & Degreaser. Depois, aplicou-se o Loctite Fixmaster Superior Metal para compensar as irregularidades causadas pela abrasão. Finalmente, aplicou-se a cobertura cerâmica Loctite Nordbak, para criar uma superfície com pouca fricção e para proteger a bomba de futuras erosões.



### Protecção limpa e eficiente contra a corrosão

Em estreita cooperação com os parceiros e a indústria automóvel, a Henkel está a desenvolver uma alternativa ao fosfato de zinco que, durante décadas, foi o método mais utilizado para impedir a corrosão das chapas de metal utilizadas nas carroçarias dos carros e proporcionar uma substância adequada ao revestimento de superfícies.

Com Bonderite NT criámos uma alternativa – ecológica e económica – de qualidade superior ao fosfato de ferro. O método de revestimento de nanocerâmica é utilizado, por exemplo, na produção de frigoríficos, mobiliário de escritório, estantes de supermercados e maquinaria agrícola.

O objectivo é satisfazer os requisitos extremamente exigentes das carroçarias dos carros e do novo método que será utilizado nas primeiras cadeias de produção de automóveis dentro de dois anos. A nova tecnologia garante a melhor protecção possível contra a corrosão. Em comparação com o fosfato de zinco, o novo método deve também reduzir significativamente o consumo de energia e, ao baixar drasticamente a quantidade de metais pesados, diminui ainda o custo inerente ao tratamento e eliminação de águas residuais.



### Proteger o produto e evitar resíduos

O *packaging* dos produtos de marcas dirigidas aos consumidores acaba por ser mais um resíduo após a sua utilização. Neste sentido, seguimos três princípios em toda a Companhia: prevenção, redução e reciclagem. Trabalhamos em colaboração com os nossos fornecedores e clientes para reduzir o volume de material destinado ao *packaging* em todas as fases. Os nossos clientes industriais, por exemplo, têm sistemas de acondicionamento reaproveitáveis mediante contentores reutilizáveis de transporte e *packaging* secundário. O *packaging* de transporte foi concebido para que as paletes e contentores possam ser arrumados da melhor forma possível, em termos de volume e peso. Além disso, se o seu *design* for inteligente, o volume de resíduos para os consumidores também é atenuado. Os responsáveis pelo desenvolvimento de embalagens procuram constantemente utilizar menos material sem comprometer a qualidade e a estabilidade. Mesmos os gestos mais pequenos podem obter grandes resultados. Nos EUA, grande parte das caixas flexíveis utilizadas para embalar as barras de sabão Dial foram substituídas em 2006 por invólucros de papel. Na Alemanha, por exemplo, também conseguimos reduzir para metade o volume de material utilizado no embalamento desde os anos 80. Trabalhamos para aumentar progressivamente a proporção do nosso *packaging* reciclável. Utilizamos apenas materiais para os quais já existe um sistema de público de reciclagem, para que os nossos clientes possam reciclar as embalagens com mais facilidade.

# Produção e logística

## Centramo-nos na sustentabilidade

A Henkel tem unidades de produção em 52 países. Melhorando as fábricas existentes, os processos e estruturas e desenvolvendo novas unidades, aumentamos continuamente a segurança e eficácia enquanto reduzimos o consumo de recursos e o impacto no meio ambiente. Também estimulamos o aperfeiçoamento dos nossos empregados. Os programas de simulação por computador ajudam a configurar e a controlar eficazmente cada fábrica e as amplas estruturas de produção e logística. Adicionalmente, contribuímos ainda para os progressos técnicos e sociais através da partilha de conhecimentos e tecnologias entre as unidades fabris de todo o mundo.

Para assegurar a implementação dos nossos padrões de segurança, saúde e meio ambiente (modelos SHE) em toda a Companhia, fazemos auditorias regulares a todas as fábricas. Em 2006, o programa de auditoria interna cobriu 22 unidades fabris em


todo o mundo, especialmente na Índia e China. No decurso dos últimos três anos, houve uma melhoria significativa dos resultados destas auditorias. Os auditores encontraram um maior nível de cumprimento dos padrões SHE nas fábricas e concluíram que não era necessária uma acção urgente em nenhum dos centros auditados. Pela primeira vez, pedimos a todas as unidades fabris para fazerem uma auto-avaliação adicional focada na segurança, protecção do meio ambiente e saúde laboral. O índice de resposta ultrapassou os 98%. Para conseguir melhorias contínuas, definimos objectivos ambiciosos e medidas obrigatórias a todos os níveis, com base nos resultados das auditorias. Além disso, os nossos sistemas de gestão estão certificados por empresas e entidades externas, o que nos confere vantagens competitivas. No final de 2006, cerca de 55% do volume de produção registou-se em fábricas com a certificação de gestão ambiental

Objectivos	Status
Conservação dos recursos e protecção do meio ambiente através da implementação das últimas tecnologias de produção.	Objectivo permanente: ver exemplos nas páginas 26 a 31.
Certificação em todo o mundo dos sistemas de gestão do meio ambiente, de acordo com as normas internacionais no sector de negócio de Detergentes e Home Care.	22 fábricas certificadas na Europa, América do Sul e Ásia; outras fábricas em preparação para a certificação.
Certificação em todo o mundo dos sistemas de gestão do meio ambiente, de acordo com as normas internacionais no sector de negócio de Technologies.	66 fábricas certificadas em todo o mundo; outras fábricas em preparação para a certificação.
Certificação em todo o mundo dos sistemas de gestão do meio ambiente, de acordo com as normas internacionais no sector de negócio de Adesivos de Consumo e Profissionais.	15 fábricas certificadas em todo o mundo; outras fábricas em preparação para a certificação.

### Estruturas de logística e de produção mais eficientes na Europa

Através do crescimento orgânico da Companhia e das suas aquisições, as estruturas de produção do sector de negócio dos Adesivos de Consumo e Profissionais na Europa tornaram-se consideravelmente mais complexas. No passado, eram privilegiadas as medidas orientadas para a eficácia das unidades fa-

bris individuais, em vez de se visar o sistema como um todo. Analisámos a produção de vedantes e adesivos de montagem em toda a Europa para tentar reduzir a complexidade da sua aquisição, produção e distribuição. Com a ajuda de um programa informático de simulação, optimizámos todo o sistema de fornecedores, produtos, *packaging*, unidades fabris, armazenamento e logística. As unidades for-

mam agora uma rede de produção. Organizando os centros de produção como centros de competência, aumentámos significativamente a nossa competitividade com base na proximidade do mercado, *know-how* e grupos de produtos. Em Hanôver, por exemplo, onde produzimos vedantes para juntas, transportamos hoje estes compostos em camiões cisterna, em vez dos antigos bidões de aço descartáveis. Com isto poupamos anualmente cerca de 160.000 euros em matérias-primas. Além disso, geramos menos resíduos na água e os custos de limpeza são inferiores. A introdução destes camiões cisterna de transporte nas fábricas de Espanha e do Reino Unido está prevista para 2007. 

### Grã-Bretanha: Integração de um centro recém-adquirido

Na fábrica da Henkel em Neward, Grã-Bretanha, 55 empregados produzem adesivos termofusíveis e de base aquosa para a Grã-Bretanha e Irlanda. A Companhia adquiriu esta unidade em 2005. Antes da sua aquisição, os nossos especialistas conduziram um estudo sobre a fábrica e traçaram um plano para minimizar os riscos para a segurança, saúde e meio ambiente. Depois iniciámos um vasto programa de modernização. Graças ao excelente grupo de trabalho composto por gestores locais, regionais e corporativos, juntamente com a utilização eficaz dos resultados da sinergia, cedo se tornou claro o sucesso da iniciativa – aliás confirmado por auditorias externas e internas. A optimização dos sistemas de manutenção, por exemplo, resultou num aumento da eficácia operativa. A comunicação com as autoridades locais também foi melhorada. Em 2006 não houve acidentes laborais com baixa. Além disso, a fábrica obteve a certificação das normas de higiene industrial BRC/IOP e deu início ao processo para a certificação do sistema de gestão da saúde e segurança laboral.

Sê proactivo, poupa energia

Helfen Sie mit:  
**Energie sparen**



„Wir wirtschaften nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich.“



Poupar energia: Com a ajuda dos empregados da fábrica de Dusseldorf, o consumo de energia deve reduzir cerca de 10% em 2007. Foi lançada uma campanha sob o slogan “Light out, heat down”, tendo sido afixados cartazes nas entradas de todos os edifícios.

### Em todo o mundo: Contribuições para a optimização energética e protecção do clima

Ao longo dos anos, a Henkel desenvolveu e implementou medidas eficazes para a economia energética. No período de 2002 a 2006, conseguimos reduzir em 27% o consumo de energia por tonelada de produto, enquanto as emissões de dióxido de carbono associadas tiveram um decréscimo de 21%. A equipa de gestão de energia, em Dusseldorf, convidou os seus pares e especialistas de outras fábricas da Alemanha para uma cimeira sobre energia, para encontrar conjuntamente novas formas de redução de custos e do consumo de energia. De seguida apresentamos alguns exemplos de projectos com êxito.

#### ► Alemanha, Dusseldorf: Produção eficiente de Liofol

Desde 2002 que somos capazes de metade os custos de energia pela produção de uma tonelada de adesivos alterando as fábricas, utilizando torres de refrigeração de água em vez de fábricas de refrigeração, e implementando muitas outras medidas.

**Karaikal, Índia**

Uma nova plataforma de tratamento para as águas residuais e a otimização da fábrica de produção de detergentes para a roupa (foto) permitiram reduzir em cerca de 25% as emissões de dióxido de carbono e em 8% o consumo de água. A Henkel dá, assim, uma contribuição exemplar para o desenvolvimento sustentável na Índia.

► **Áustria, Viena: Formação mais eficaz de ar comprimido**

Utilizando o calor de desperdício e um sistema de controlo de ar comprimido com um consumo optimizado, reduzimos em 574 toneladas métricas as emissões de dióxido de carbono. A economia anual é de 327.000 euros.

► **Índia, Karaikal: Redução do consumo de energia**

Uma das plataformas da produção de detergentes em pó onde existe maior gasto energético é nas torres de secagem por spray. É por isso que utilizamos uma proporção muito baixa de matérias-primas secas por spray nos nossos detergentes. Na fábrica de Karaikal, na Índia, reduzimos o consumo de gás e as emissões de dióxido de carbono a si associadas em cerca de 25% por tonelada métrica de produto.

► **Hungria, Körösladány: Gerar vapor com maior eficácia**

Renovando os sistemas de geração de água e vapor conseguimos reduzir em 15% as emissões de dióxido de carbono derivadas deste processo. Adicionalmente, poupamos cerca de 100.000 euros anuais, modernizando a infra-estrutura e optimizando o sistema de aquecimento do edifício.

**Índia: poupar água**

Na fábrica de Karaikal, na Índia, produzimos detergentes para a loiça, produtos de limpeza para cristais e detergentes para a roupa, cujos processos de fabrico e fórmulas exigem uma grande quantidade de água. Para poupar este bem precioso, alterámos dois procedimentos na fábrica. Em primeiro lugar, os restos sólidos nas águas residuais procedentes dos processos de produção são agora separados e drenados mediante um novo sistema de filtração. A água recuperada e processada é, então, reintroduzida no processo de produção. Em segundo lugar, foi criada uma nova estação de tratamento para reduzir a sobrecarga orgânica nas águas residuais provenientes das instalações sanitárias. As águas residuais tratadas podem ser utilizadas em vez da água do furo artesiano para a torre de refrigeração e para rega. A poupança anual é de 8%.

**Irlanda: Poupança e controlo de energia**

Na unidade de produção de Tallaght, perto de Dublin, 395 empregados produzem colas rápidas e vedantes de alto rendimento, entre outros produtos. Para identificar as potenciais oportunidades de poupança energética, a Henkel Irlanda fez uma exaustiva auditoria de energia.

Com a ajuda de um sistema de controlo, fomos capazes de identificar as principais fontes de consumo de energia e as principais causas do elevado consumo. Depois, traçámos um plano de gestão de energia baseado nos resultados obtidos. Conseguimos uma notável poupança através de diferentes medidas, nomeadamente pela optimização do sistema de aquecimento de água e eliminação de fugas no sistema de ar comprimido. A implementação de vários programas de formação e de comunicação aumentou a consciência dos empregados sobre a poupança energética. Em consequência, mesmo registando um aumento do volume de produção, reduzimos o consumo total de energia em cerca de 12%. Isto traduz-se numa poupança anual de cerca de 97.000 euros. Outras unidades fabris na Irlanda seguiram o exemplo de Tallaght e estão agora a preparar-se para uma auditoria de energia em 2007.

### Simplificar a logística

Com o nosso projecto Optimization of Transport and Warehouses (OTTAWA), queremos reduzir a complexidade do transporte e armazenamento dos produtos acabados da Henkel, para que possamos ter a certeza que chegam sempre ao cliente pelo itinerário mais correcto. A aquisição coordenada e centralizada dos serviços de logística, assim como uma maior consolidação dos armazéns para detergentes e cosmética deverão contribuir para alcançar mais resultados sinérgicos.

### Alianças de transporte

O transporte inteligente funciona melhor em redes e com parceiros. Neste sentido, preferimos trabalhar com companhias transportadoras que já cooperam com outras companhias de transporte. Também aproveitamos todas as oportunidades para transportar os nossos produtos com outros fornecedores de produtos semelhantes, uma vez que, regra geral, os representantes são os mesmos. Na Alemanha, por exemplo, gerimos a distribuição dos nossos produtos cosméticos em colaboração com outros fabricantes líderes de bens de consumo.

Também em França consolidámos a nossa logística de distribuição a retalhistas juntamente com a de dois outros fabricantes de bens de consumo. Como resultado, a utilização da capacidade dos camiões é agora de 100%, em vez dos habituais 75%. Assim, o número de camiões necessários e o número de quilómetros percorridos diminuirá em cerca de 20%.

### Fusão de armazéns

O sector de negócio de Detergentes e Home Care propõe-se organizar, num futuro próximo, a sua cadeia de abastecimento com mais eficácia e conseguir significativas reduções nos custos de armazenamento. No início de 2008, a logística da cadeia de abastecimento entre a produção e o armazenamento vai ser simplificada através da fusão dos nossos oito armazéns na Alemanha, que darão lugar a três

grandes unidades em Dusseldorf, Genthin e no Sul da Alemanha. Os armazéns regionais serão abastecidos maioritariamente por comboio.

Na Áustria também foi criado um novo armazém central na fábrica de Viena. A partir daí abastecemos detergentes para roupa e loiça directamente aos clientes da República Checa, Eslováquia e Eslovénia, assim como detergentes, produtos de limpeza para o lar e cosméticos para os clientes da Áustria.

Entregando os nossos produtos a partir de um armazém central, em vez dos armazéns regionais, reduzimos a quilometragem anual dos camiões em cerca de 200.000 quilómetros. Isto equivale a 70.000 litros de combustível por ano.

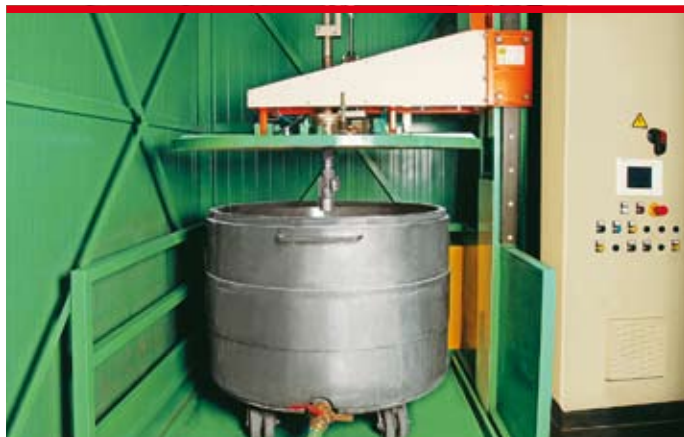
### Alemanha: menos aço

Em Heidelberg, a Henkel produz essencialmente adesivos e vedantes, produtos anticorrosivos e adesivos à base de poliuretanos com um alto índice de viscosidade. Habitualmente, estes produtos são armazenados em bidões de aço antes de ser transferidos para cartuchos, com a ajuda de uma prensa hidráulica. Uma vez que um êmbolo hidráulico é prensado a alta pressão dentro dos bidões de aço, estes dilatam alguns milímetros ficando impróprios para outras utilizações. Os bidões eram revestidos com uma cobertura fixa por uma braçadeira. No entanto, a braçadeira não era suficientemente forte para evitar que o bidão se deformasse devido à pressão.



**“A luta contra as alterações climáticas vai ter uma crescente importância nas próximas décadas. As tendências positivas para a protecção do meio ambiente devem ser asseguradas através da introdução de práticas avançadas de gestão do meio ambiente”.**

**Dr. Mikhail Kozeltsev,**  
Director Executivo do Russian  
Regional Environmental Center  
(RREC), Moscovo, Rússia  
[www.rusrec.ru](http://www.rusrec.ru)



Os tanques de mistura na fábrica de Cerano são agora limpos com água a alta pressão em vez de solventes.

Por isso, os bidões são agora revestidos com uma capa fixa com grandes braçadeiras que não deixam nenhuma folga, para que os bidões possam ser reutilizados até seis vezes. Esta medida permite-nos poupar até 6.500 bidões por ano, o que corresponde a 120 toneladas de aço. Adicionalmente, tendo menos bidões para abate, os custos inerentes a esse processo também são inferiores.

#### **Itália: Limpeza eficaz de tanques**

A fábrica de Cerano, Itália, fornece adesivos e vedantes exclusivamente às unidades fabris da Henkel para todo o tipo de processos. A limpeza é especialmente importante no fabrico de produtos à base de silicone, porque depois de esvaziar os tanques misturadores permanece uma fina camada de silicone nas suas paredes. Para assegurar que o próximo lote de produção não era contaminado, os empregados tinham a difícil tarefa de limpar o tanque manualmente com escovas e solventes.

Desde o início de 2006, todo o processo de limpeza é feito automaticamente. Já não se utilizam solventes e os tanques são limpos em menos de 25 minutos apenas com recurso à água a alta pressão. Os resíduos de água e silicone são extraídos continuamente do fundo do tanque e conduzidos a um outro tanque através de um filtro. As águas residuais filtradas podem ser reutilizadas várias vezes antes de ser excluídas do processo. Todos os resíduos são agora eliminados sem a ajuda de solventes, o

processo de limpeza é mais rápido, a sobrecarga no meio ambiente é reduzida e assegura-se um maior nível de segurança e saúde.

#### **Europa: Vender em vez de destruir**

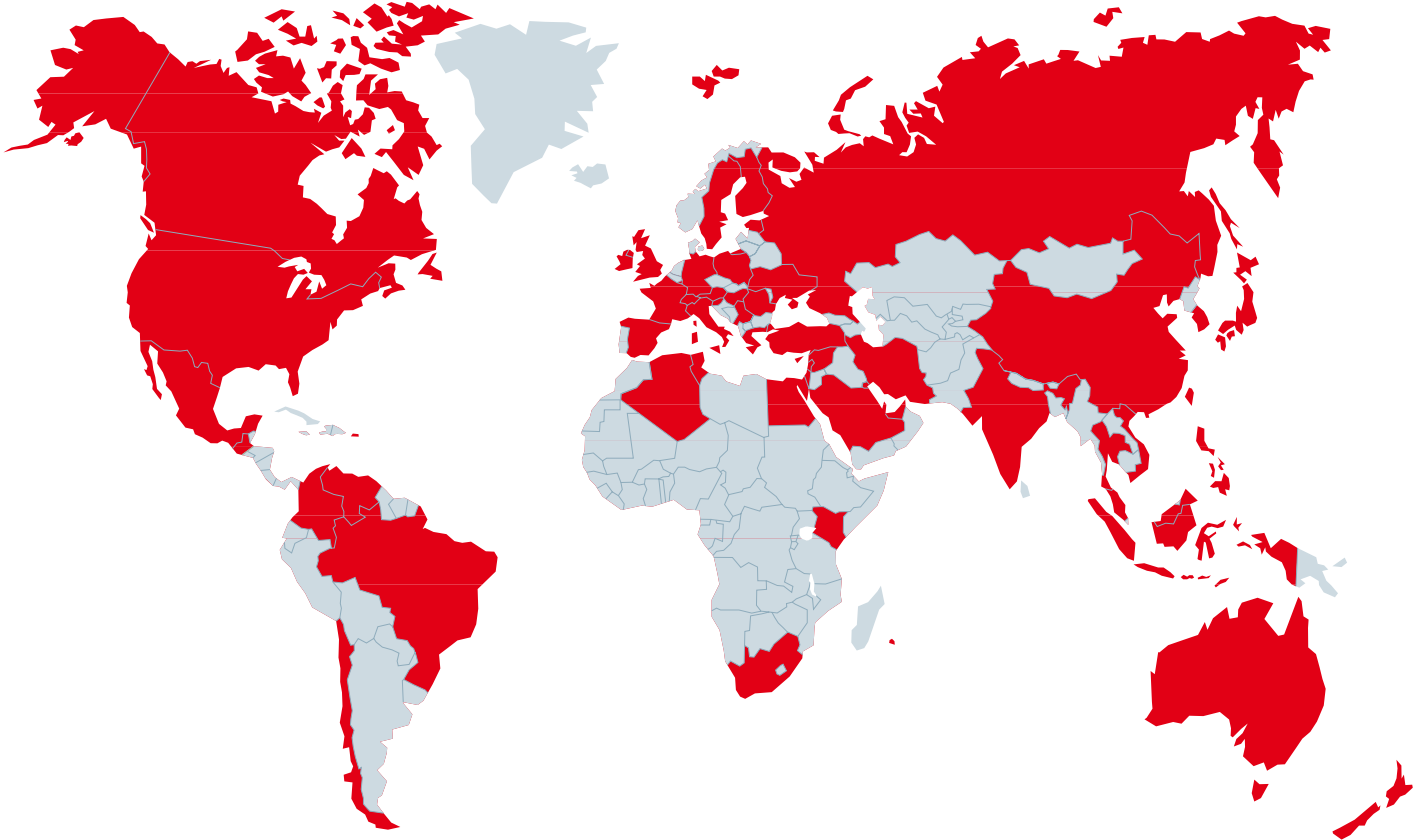
Sejam matérias-primas ou *packaging*, produtos acabados ou equipamento, a Henkel envia os stocks de excedentes que já não são utilizados na Companhia para um mercado virtual de excedentes, onde estes são vendidos a partes externas interessadas. A gama de itens vai desde as matérias-primas a produtos intermédios e maquinaria industrial que já não seja necessária. Isto permite-nos reduzir custos de armazenamento e de abate, e o dinheiro poupado cobre parte dos custos de aquisição, e gestão dos stocks de sobras. Ao devolver materiais excedentes ao ciclo de materiais recuperáveis, a Henkel contribui significativamente para inverter a produção de resíduos e para conservar os recursos.

#### **EUA: Soluções inteligentes – reciclagem de solventes**

Desde o passado mês de Dezembro de 2006, as emissões de compostos orgânicos voláteis (COV) nos EUA foram substancialmente limitadas pela nova regulamentação da Environmental Protection Agency (EPA). A nova legislação, que exige que todas as companhias nos EUA reduzam as emissões não tratadas de COV em pelo menos 75%, afecta directamente as fábricas da Henkel em Buffalo, Nova Iorque, Carol Stream, Illinois e Mentor, Ohio. Uma equipa internacional, que trabalhou em estreita colaboração com as autoridades reguladoras, não só foi bem-sucedida ao cumprir a tempo a legislação imposta, como conseguiu uma redução de 90% destas emissões. Em vez de utilizar a opção de eliminar os vapores dos solventes – o que implica um grande consumo energético –, instalámos um sistema condensador bifásico que devolve os vapores ao processo de produção. Isto permite-nos conservar recursos e também reduzir custos.



## Países com fábricas



Descrição detalhada das fábricas na Internet [i](#)

### França: incidente operativo contamina água

Nemours, França: A 12 de Novembro de 2006, o amaciador de roupa foi desaguar a um afluente próximo, juntamente com água da chuva, e provocou um aumento do nível de substâncias orgânicas no caudal do rio. A Henkel reagiu imediatamente, e a água contaminada foi extraída e submetida a tratamento.

Este incidente operativo ocorreu enquanto se efectuavam as tarefas de manutenção de rotina aos tubos e válvulas do exterior da fábrica antes da chegada do Inverno, para as proteger dos danos causados pelo frio. Antes mesmo de concluída a operação de manutenção, uma bomba com fuga permitiu a passagem de amaciador para o reserva-

tório de retenção do tanque exterior do amaciador, sem que fosse dado o alarme. Durante o trabalho de manutenção, a válvula automática do reservatório de retenção foi aberta acidentalmente, pelo que o amaciador foi desembocar ao reservatório de recolha de água da chuva da fábrica e, a partir daí, foi derramado no rio automaticamente.

Em meados de 2007, um sistema de controlo automático vai ser instalado para testar a água da chuva antes desta ser encaminhada para o rio. Até então, o tanque de retenção está a ser submetido a controlos visuais regulares. A válvula automática foi substituída por uma bomba.

# Indicadores ambientais dos centros de produção

## Transparência

Em toda a Companhia utilizamos indicadores para identificar as potenciais melhorias, conduzir acções correctivas e fazer um seguimento da consecução de objectivos. Estes indicadores, que se baseiam no índice do European Chemical Industry Council sobre o meio ambiente, também são importantes como meios de informação concisa e transparente acerca da nossa actuação e progresso para o público em geral.

No Relatório de Sustentabilidade de 2006, a Henkel centra-se mais na publicação de indicadores essenciais e globalmente relevantes. As emissões de óxidos de nitrogénio e de pó, bem como o consumo de hidrocarbonetos clorados são menos relevantes para nós do que as variáveis globais de controlo e, por isso, apenas são publicados na Internet. *i*

Na Internet, o índice GRI também se refere aos elementos e indicadores informativos da Global Report Initiative. *i*

## ► Uma imagem mundial

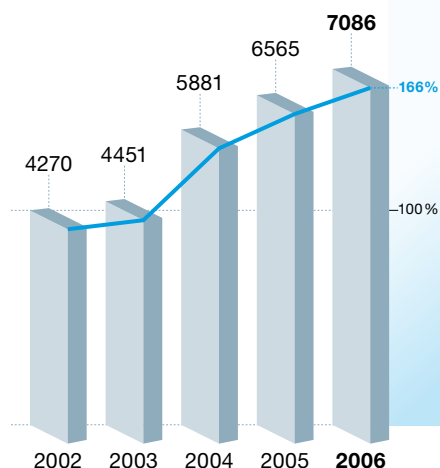
Os dados relativos à produção foram determinados em 162 fábricas Henkel de 52 países. Estas fábricas foram seleccionadas com base em critérios que incluem o volume de produção, quantidades e tipos de emissões e recursos consumidos. Estes dados reflectem mais de 95% da produção mundial da Companhia.

## ► Uma base comparável

A Henkel está a crescer, assim como o número de fábricas que contribuem com dados para os indicadores ambientais: de 117 em 2002 para 162 em 2006. Como o crescimento não acontece a um ritmo constante, há saltos nas estatísticas. Para simplificar a interpretação das estatísticas, os gráficos também mostram o progresso dos indicadores como um índice relativo ao volume de produção (por tonelada de produto). A base para as curvas destes índices é o ano de 2002 (=100%).

### Volume de produção

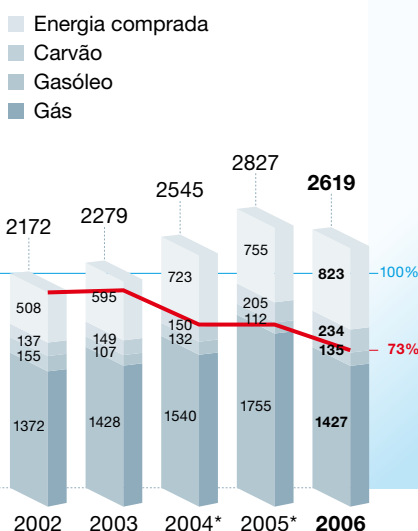
Em milhares de toneladas



O volume de produção aumentou cerca de 20% em 2004 como resultado de aquisições, particularmente da Dial e da Sovereign Specialty Chemicals.

### Consumo de energia

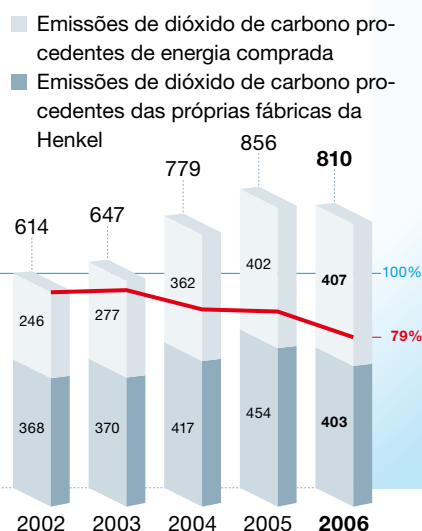
Em milhares de megawatts por hora



A energia comprada abarca a electricidade, o vapor e o teleaquecimento gerados fora das fábricas.

### Emissões de dióxido de carbono

Em milhares de toneladas



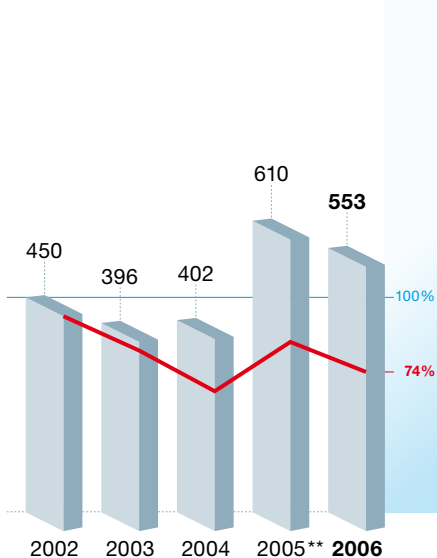
A geração de energia é a origem de quase todo o dióxido de carbono emitido como resultado das actividades da Henkel. Os valores apresentados incluem o dióxido de carbono que se forma durante a geração de energia comprada nos centros que não são da Henkel.

*i* A curva do índice nos gráficos mostra o progresso dos indicadores relativo ao volume de produção (por tonelada de produto). A base para a curva do índice é o ano 2002 (=100%).

\* No decurso da validação foram identificados erros na compilação de dados em algumas fábricas. Os dados foram corrigidos retroactivamente.

**Emissões de dióxido de sulfureto**

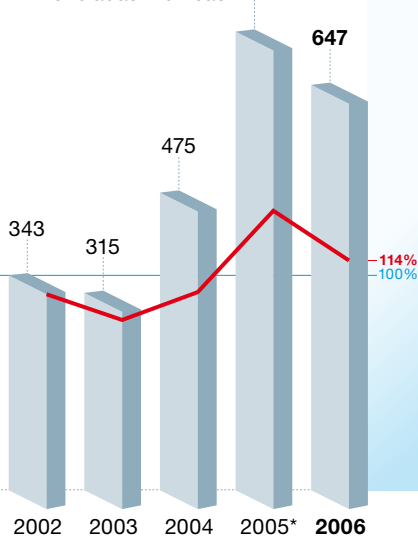
Em toneladas métricas



\*\*As emissões de dióxido de sulfureto aumentaram devido às alterações da mistura do combustível de algumas fábricas.

**Emissões de compostos orgânicos voláteis**

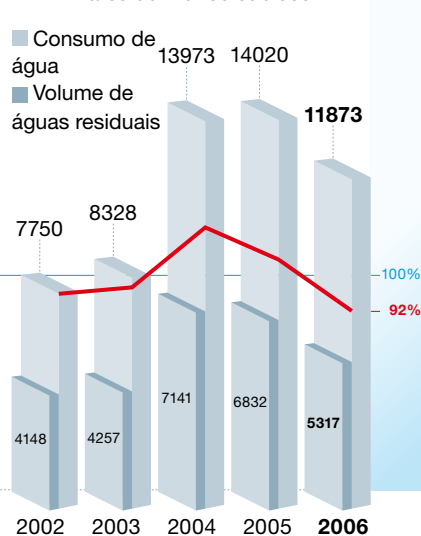
Em toneladas métricas



O aumento nos anos 2004 e 2005 deve-se, fundamentalmente, a duas aquisições. Em 2006 já se tinham implementado medidas para reduzir as emissões de compostos orgânicos voláteis.

**Consumo de água e volume de águas residuais**

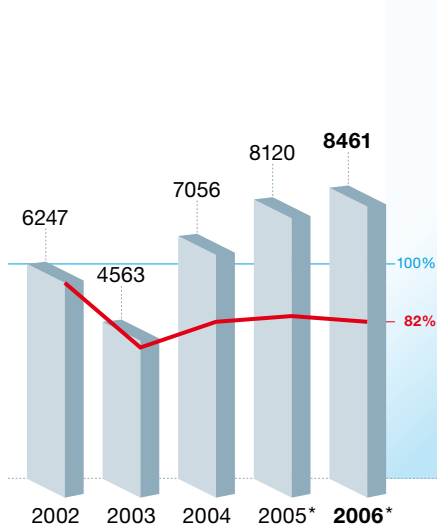
Em milhares de metros cúbicos



Os valores incluem toda a água, seja comprada ou extraída dos próprios furos artesianos da Henkel. Grande parte desta água está processada. Uma vez que a água se perde por evaporação e muitos produtos contêm água, o volume de águas residuais é menor do que o volume de água consumida.

**Emissões de DQO em águas superficiais**

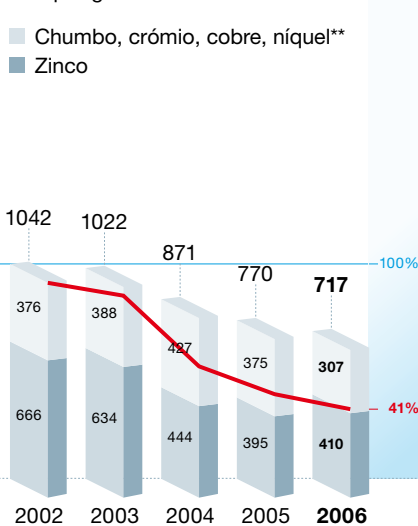
Em toneladas métricas



Demanda química de oxigénio (DQO): Parâmetro que mede a quantidade de contaminação de substâncias orgânicas nas águas residuais.

**Metais pesados emitidos para as águas residuais**

Em quilogramas

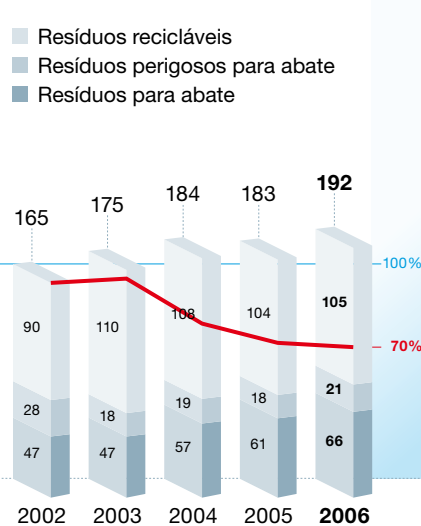


Como o zinco é, habitualmente, menos perigoso que os outros metais pesados em termos dos efeitos que tem sobre o meio ambiente, a quantidade de zinco existente apresenta-se separadamente.

\*\* Metais particularmente perigosos, como o mercúrio ou o cádmio não são relevantes.

**Resíduos recicláveis e para abate**

Em milhares de toneladas métricas



Os "resíduos perigosos para abate" incluem todos os tipos de resíduos classificados como perigosos pelas leis dos respectivos países, assim como os resíduos perigosos registados na Convenção de Basileia em 1989. Uma vez que cada país continua a ampliar a sua lista de resíduos perigosos, é possível que o volume de resíduos perigosos aumente sem que tenha havido qualquer alteração na situação de resíduos na Henkel.

A curva do índice nos gráficos mostra o progresso dos indicadores relativo ao volume de produção (por tonelada de produto). A base para a curva do índice é o ano 2002 (=100%).

\* Durante a validação, foram identificados erros na compilação de dados em algumas fábricas. Os dados foram corrigidos retroactivamente.

# Empregados e local de trabalho

## Centramo-nos na sustentabilidade

Como companhia que opera a nível internacional, confiamos em empregados altamente qualificados, flexíveis e motivados, cuja experiência, aptidões e capacidades reflectem a diversidade dos nossos mercados e clientes.

Estimulamos constantemente o desenvolvimento dos nossos empregados e vinculamos o seu compromisso pessoal ao sucesso da Companhia. Isto é possível mediante uma gestão orientada para os objectivos, remuneração em função dos resultados, avaliações regulares e aprendizagem contínua. A nossa cultura corporativa e um bom ambiente de trabalho, juntamente com a motivação dos nossos empregados, contribuem decisivamente para o nos-

so sucesso corporativo. Reconhecemos a nossa obrigação de respeitar a dignidade pessoal e de preservar os direitos de privacidade dos nossos funcionários, assim como de aplicar os princípios de igualdade e justiça. Ambos estão contemplados como regras de conduta essenciais no nosso Código de Conduta.

Uma das prioridades básicas da Henkel é a saúde e segurança de todos os nossos empregados. Esforçamo-nos por melhorar constantemente a saúde e segurança laboral com programas especialmente concebidos para a promoção da saúde e para assegurar a capacidade de trabalhar dos nossos empregados a longo prazo.

Objectivos	Status
<b>Novo objectivo:</b> Posicionar a Henkel como empresa empregadora por excelência para estudantes com grande potencial.	
<b>Objectivo a longo prazo:</b> Melhoria contínua da cultura corporativa através de um sistema regular e sistemático de inquéritos aos empregados. O objectivo é estar entre as 25 melhores Companhias.	Ver página 37.
<b>Novo objectivo:</b> Harmonização dos sistemas de informação de recursos e dados do pessoal de todo o mundo em 2010.	
<b>Novo objectivo:</b> Promoção da diversidade na Companhia. A experiência e aptidões dos nossos empregados devem reflectir a diversidade dos nossos mercados e clientes. Isto inclui o aumento da percentagem de mulheres que ocupam cargos de gestão e a garantia da representação apropriada das várias nacionalidades e grupos de idade na mão-de-obra.	Ver páginas 34 a 36.
<b>Objectivo a longo prazo:</b> Zero acidentes laborais. Objectivo a médio prazo, para finais de 2010: redução de 50% de acidentes laborais.	2.0 acidentes laborais por milhar de horas trabalhadas (ano base 2005: 3.0 acidentes laborais).

## A diversidade fortalece-nos

A diversidade na Companhia é um dos ingredientes chave da Henkel para o seu sucesso. É uma fonte de inovação criativa e de fortalecimento económico. Neste sentido, estimulamos as aptidões dos empregados e reconhecemos as suas características individuais e qualidades especiais como elementos preciosos para a Companhia. Esta perspectiva está espelhada no Código de Trabalho em Equipa e Liderança. Queremos trabalhadores de diferentes origens e idades, com uma grande variedade de aptidões individuais, para

que se sintam realizados e trabalhem em sinergia na nossa Companhia. A diversidade é, assim, uma importante componente da nossa cultura corporativa. Esforçamo-nos por identificar e eliminar barreiras que limitem as possibilidades de desenvolvimento individual. Em 2006, com base do nosso “diversity cockpit”, formulámos uma multiplicidade de objectivos e programas para promover uma ainda maior diversidade na Henkel. O “diversity cockpit” mostra os três factores de diversidade – idade, género e nacionalidade – na estrutura de gestão da Henkel em todo o mundo.

### Urban Award para a Henkel CEE

Em Novembro de 2006, em Viena, Áustria, a Henkel Europa Central e de Este (CEE) foi galardoada com o "Urban Award", na categoria "grandes negócios". Este prémio destina-se a reconhecer as empresas que demonstraram possuir competências de gestão intercultural assim como implementações, com sucesso, de políticas de diversidade cultural e humana. ⓘ

Além de fomentar a diversidade na Companhia, a nossa política de recursos humanos na Europa Central e de Este implementou modelos de horas de trabalho flexíveis e criou a Academia Internacional da Henkel CEE, para a organização de seminários e *workshops* para empregados em dez idiomas.

### EUA: Programa de diversidade

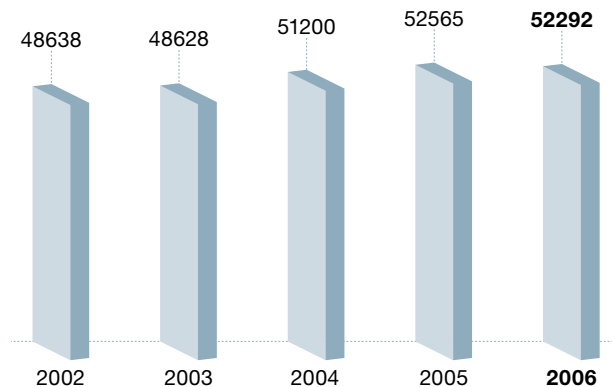
A Corporação Dial, que se juntou à Henkel em Março de 2004, apoia um plano de desenvolvimento dos recursos humanos essencial para promover a consciência e sensibilidade no local de trabalho. Espera-se que todos os novos empregados completem este programa durante o seu primeiro ano na Companhia. Em 2006, cerca de 127 empregados assistiram a *workshops* destinadas a desenvolver a sua atenção e sensibilidade para outras culturas, etnias, religiões e formas de pensar. Com base nestes princípios, em 2007 queremos estender este programa, ideal para reflectir as condições locais, a todos os novos empregados da Henkel nos EUA. A Dial também estabeleceu um programa personalizado para o desenvolvimento de liderança entre mulheres e membros de minorias com potencial e vocação para avançar para níveis mais altos de liderança.

O programa dá aos participantes uma maior consciência dos seus pontos fortes e fracos, ao mesmo tempo que ajuda a desenvolver as suas capacidades com o apoio de um formador, um conselheiro e restantes participantes.

Os primeiros resultados são muito promissores. Depois de dois anos, cerca de 70% dos participantes melhorou as suas capacidades de gestão.

### Empregados em todo o mundo

À data de 31 de Dezembro de 2006



### Empregados por região

	2005	2006	em %
Alemanha (incluindo estagiários*)	10.688	10.454	20,0%
Europa (excepto Alemanha)	17.553	17.673	33,8%
África/Médio Oriente	5.490	5.672	10,8%
América do Norte	7.271	6.651	12,7%
América Latina	4.208	4.297	8,3%
Pacífico Asiático	7.355	7.545	14,4%
<b>Henkel</b>	<b>52.565</b>	<b>52.292</b>	<b>100%</b>

Em finais de 2006 a Henkel tinha 52.292 empregados. O número de empregados diminuiu em 237 durante o ano. Em todo o mundo, 9.100 ocuparam cargos de gestão. A percentagem de mulheres gestoras é de 24,6%.

\*Na Alemanha, um total de 167 jovens iniciaram a sua aprendizagem na Henkel. Este número é 15% superior ao do ano anterior. No total, 473 estagiários estão a aprender 26 funções distintas.

### Gestores

**Gestores de Topo\***  
764 empregados  
Idade média: 47,4

**Total de gestores**  
9.100 empregados  
Idade média: 42,4



12,3% mulheres



24,6% mulheres

No total, cerca de 6.550 gestores não alemães de 79 países trabalhavam na Henkel em finais de 2006.

\* Conselho de Administração, Administração Operativa, Círculo de Gestores I e IIA em todo o mundo.

### Índia: Mais diversidade entre os novos empregados

Em colaboração com a ANAND, um fabricante de sistemas e componentes para a indústria automóvel, a Henkel Teroson gere uma *joint-venture* na Índia que é sócia da SNS Foundation. Entre outras actividades, a SNS Foundation trabalha para minimizar a pobreza e para promover a igualdade de oportunidades. Com a ajuda da SNS Foundation, a contratação de empregados nos três centros da *joint-venture* foi adaptada às circunstâncias locais. O objectivo é assegurar que mulheres e outros grupos da população regional são devidamente representados. A fábrica em Chennai registou um progresso particularmente positivo. Neste momento, cerca de 40% dos seus engenheiros são mulheres.

### Equilibrar a família e a carreira profissional

A Henkel apoia os seus empregados na tentativa de coordenar a dedicação ao trabalho e à família. O grupo de trabalho “Família e Carreira Profissional” desenvolve objectivos e soluções para os centros da Companhia na Alemanha. Neste âmbito, é dada especial importância às crianças com menos de 3 anos, para as quais foi criado um centro de dia. Em 2006, o número de vagas na fábrica de Dusseldorf foi mais que triplicado, chegando às 26 crianças. Adicionalmente, os departamentos externos “Serviço Familiar” e “Serviços Sociais” da Henkel na Alemanha ajudam a encontrar instituições para o cuidado diário dos filhos dos empregados, ou de outros membros da sua família que precisem de atenção e cuidados especiais. Ambos os departamentos podem também pôr os empregados em contacto com profissionais especialistas e, se necessário, aconselhá-los.

A ministra alemã da Família, Ursula von der Leyen, nomeou Kasper Rorsted, Vice-presidente do Conselho de Administração da Henkel KGaA, embaixador do programa de responsabilidade social corporativa “Success Factor Family” na Renânia do Norte Vestefália. Outros altos cargos de gestão foram eleitos para representar os restantes 15 estados federais.

Na Áustria, a Henkel colabora com a companhia “Employee Service” para prestar apoio e aconselhar os seus empregados relativamente à mediação de conflitos, saúde, gravidez e problemas familiares. Em Espanha, juntamente com o provedor de serviços “Más Vida Red”, a Henkel está a implementar um programa nos seus centros, através do qual proporciona uma grande variedade de cursos e serviços relacionados com a família e a carreira profissional.

### Liderar dando o exemplo: Programa de liderança da Henkel

Os gestores com perfil para motivar uma equipa de colaboradores são um factor chave para o sucesso da nossa Companhia. A Henkel utiliza uma vasta gama de ferramentas e métodos para identificar e incentivar o potencial de futuros gestores. O Código de Trabalho em Equipa e Liderança define a estrutura em que os gestores devem trabalhar e dá-lhes directrizes claras para a tomada de decisões. O “Management Competencies Assessment” (MCA) promove o desenvolvimento profissional. Através do “Leadership Dialogue”, os gestores com responsabilidades de supervisão recebem um *feedback* directo sobre a actuação de liderança dos membros das suas equipas.

Com o conceito “Triple Two”, preparam-se os gestores de nível mais baixo para enfrentar as exigências de uma gestão de nível mais alto. Para tal, recebem pelo menos duas tarefas distintas em dois sectores de negócio e em dois países.

### Condutores do êxito corporativo




**PHAROS | sistema de avaliação**

Em Novembro de 2006, a Henkel foi galardoada com o *Initiative Award for Occupational Training and Continuing Education* graças ao seu sistema de avaliação PHAROS | evaluation system. Anualmente, a *Otto Wolf Foundation*, a *Association of German Chambers of Industry and Commerce (DIHK)* e a revista de negócios *Wirtschaftswoche* atribuem este prémio para reconhecer as iniciativas exemplares destinadas a melhorar a qualidade e as vantagens da formação nas companhias. Em 2006, seguindo o êxito do sistema na Alemanha, a Henkel introduziu-o também na Áustria e em toda a Europa Central e de Leste.

### **Nova avaliação para o desenvolvimento de empregados não gestores**

A Henkel melhorou as suas ferramentas para a progressão dos empregados não gestores no seu centro de Dusseldorf e introduziu um novo sistema de avaliação e desenvolvimento. Contrariamente ao sistema utilizado antes, para além dos empregados serem avaliados pelos seus supervisores com base na sua actuação até à data, também chegam a um acordo sobre a aplicação de medidas concretas para o seu futuro desenvolvimento profissional e pessoal a partir de uma conversa confidencial. Entre as medidas apresentadas estão a formação no local de trabalho, seminários e responsabilidades adicionais, bem como a preparação para futuras tarefas e exigências.

Isto permite aos empregados saber o que se espera deles, quais são os seus pontos fortes e fracos, e onde podem melhorar. As medidas individuais são

documentadas por escrito e revistas em intervalos adequados. Este novo e avançado instrumento foi concebido seguindo as directrizes do “Management Competencies Assessment” (MCA) para aconselhamento aos gestores. 

### **Cultura corporativa sob consulta**

No início de 2006 fizemos a nossa terceira sondagem aos gestores desde 2001, utilizando para tal os indicadores de cultura organizacional Denison. Através de sondagens regulares e sistemáticas acerca da nossa cultura corporativa e de procedimentos baseados nos resultados apurados, queremos obter melhorias a longo prazo nos alicerces do crescimento, rentabilidade, inovação e satisfação dos empregados. O simples facto do índice de resposta ter aumentado novamente – em cerca de 5%, chegando aos 85% - prova que os nossos gestores consideram a sondagem e as medidas que dela derivam importantes. Os resultados mostraram claramente que houve melhorias nas quatro áreas – adaptabilidade, visão e estratégia, consistência dos valores e envolvimento dos empregados. Os factores que o tornaram possível passam por uma melhor compreensão da nossa estratégia corporativa entre os gestores de nível baixo e uma avaliação muito positiva da cooperação, orientação para a equipa e coerência.



**“O pensamento e o comportamento das pessoas, juntamente com o aperfeiçoamento dos seus conhecimentos, podem marcar a maior diferença na criação de uma sociedade sustentável”.**

**Prof. Dr. István Láng,**  
Membro da Hungarian Academy of Sciences e antigo Membro da World Commission on Environment and Development, Hungria,  
[www.mta.hu](http://www.mta.hu)

**Brasil: Entidade patronal mais conceituada**

Em 2006 a Henkel Brasil foi incluída, pela primeira vez, na classificação nacional das 150 melhores companhias para trabalhar. A classificação baseia-se numa sondagem feita aos empregados e à sua posterior avaliação por um júri independente, composto por jornalistas das prestigiadas revistas de negócio brasileiras *Exame* e *Você S/A*. Esta classificação ajuda a Henkel Brasil a posicionar-se ainda mais como uma das empresas empregadoras favoritas da região.

**Comunicando a sustentabilidade**

Comunicamos a nossa forma de entender a sustentabilidade e a responsabilidade social aos nossos empregados mediante numerosas ferramentas de comunicação interna. Nos sistemas de gestão, a nossa visão, valores, códigos e normas reflectem-se em instruções concretas de trabalho. Ao darmos uma formação e educação contínuas, explicamos como se traduz a sustentabilidade nas práticas diárias na Henkel. A protecção ambiental requer aprendizagem, orientação e programas específicos para novos empregados, e ainda cursos de formação para incutir a sustentabilidade na consciência de todos. Adicionalmente, na revista interna *Henkel-Life* e nas notícias intranet da Henkel-Life Online aparecem todos os temas da actualidade.

**Bem posicionados para o futuro**

Para assegurar a competitividade a longo prazo e reduzir custos, a Henkel faz alterações estruturais regularmente, adaptando-se às flutuações do mer-

cado. O programa de reestruturação anunciado no início de 2005 decorreu de acordo com o previsto. No final de 2006 tinham sido extintos cerca de 3000 postos de trabalho em toda a Europa e América do Norte. Numa fase inicial, os representantes dos empregados participaram na decisão e implementação das medidas de reorganização, para encontrar soluções socialmente ajustadas e evitar os despedimentos motivados pelas reestruturações corporativas.

**Reestruturação na Grã-Bretanha**

Quando a reorganização é inevitável, informamos os nossos empregados e trabalhamos com eles para encontrar as melhores soluções para todos. A reestruturação de três centros na Grã-Bretanha ilustra bem o quão produtivo pode ser o diálogo entre gestores e empregados. Em 2006, tendo em conta a sua proximidade geográfica, três fábricas fundiram-se numa só, a Hemel Hempstead, para melhorar a utilização da unidade fabril e da sua tecnologia. Em encontros preliminares intensivos, os 150 trabalhadores afectados colaboraram com a equipa de gestores para encontrar soluções para as recentes e necessárias transferências. As medidas implementadas incluíram o pagamento dos destacados e horários de trabalho flexíveis, assim como pacotes de boas-vindas e visitas à fábrica. A recente criação de um *minibus* ao serviço da companhia, um sistema de partilha de automóveis e descontos especiais nas viagens para compensar o aumento dos custos de deslocação facilitaram o acréscimo de deslocações diárias. Quando os empregados assim o solicitaram, também se fizeram transferências completas.

As medidas implementadas reforçaram em toda a região a nossa imagem de empresa responsável e tolerante. Apesar das mudanças, a motivação e empenho dos empregados mantiveram-se. Graças ao êxito desta abordagem integradora e cooperante, tencionamos utilizar este projecto como referência para possíveis futuros projectos de reorganização da Henkel.



# Saúde e Segurança laboral

## Objectivo a longo prazo: Zero acidentes

Em 2000 a Henkel lançou um programa em toda a Companhia com o objectivo, a longo prazo, de alcançar “zero acidentes”. O primeiro alvo interino foi alcançar um decréscimo de 45% em 2005. No entanto, conseguimos uma redução de 67%, antecipando-nos ao calendário previsto. O próximo objectivo provisório é reduzir para metade o número de acidentes até 2010, tendo como base o ano 2005.

Para facilitar a concretização deste propósito, queremos integrar rapidamente as companhias recém-adquiridas na nossa estrutura corporativa (ver exemplo da Newark na página 27) e incrementar as acções de formação e apoio em todas as fábricas Henkel.

Todas as fábricas Henkel cumprem os requisitos necessários para a segurança e saúde laboral e medidas técnicas, através de actividades que reforçam a consciência dos seus empregados acerca da importância da segurança e saúde laboral, ajudando-os a actuar em conformidade. Temos sempre em conta as condições específicas de cada fábrica e as necessidades dos empregados.

## Formação para gestores de fábrica em todo o mundo

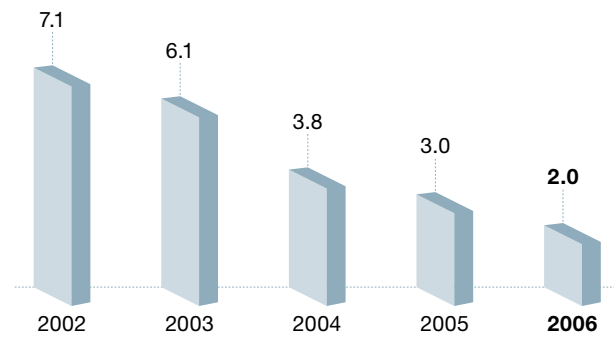
Através de um programa de formação específico, preparamos os gestores de fábrica de todo o mundo para superintender matérias como a segurança, a saúde e o meio ambiente. O conteúdo do curso inclui a análise de riscos, a gestão de emergências e o diálogo entre os *stakeholders* locais. Este facto leva a um maior número de contactos entre as fábricas e proporciona uma oportunidade ideal para partilhar exemplos de boas práticas de várias regiões. Os primeiros cursos decorreram em 2006 em Barcelona, Espanha, e em Istambul, na Turquia. Em 2007 queremos ministrar os mesmos cursos em todas as regiões onde a Henkel opera.

## Concurso de desenho sobre segurança

O sector de negócio Henkel Technologies organizou um concurso de desenho no Verão de 2006 subordinado ao tema “Segurança no Trabalho”. Para tal, convi-

## Acidentes laborais por milhares de horas de trabalho

Com um dia de baixa laboral\*



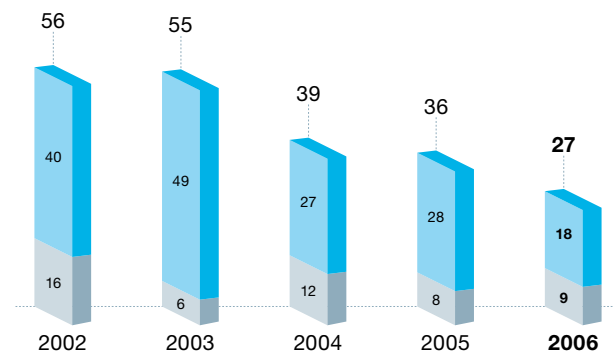
\*Excluindo as deslocações diárias ao local de trabalho

Cerca de 95% dos empregados da Henkel foram cobertos (excepto os empregados de outros contratadores)

## Acidentes laborais graves

Mais de 50 dias de baixa

- Acidentes ocorridos durante as actividades de produção habituais
- Acidentes ocorridos durante deslocações internas na fábrica (ex. Tropiezos)



Em 2002 introduziu-se um sistema de informação estandardizado em todo o mundo para reunir os dados de acidentes graves. Em 2006 nenhum empregado da Henkel, ou empregado de contratantes externos a trabalhar para a Henkel, sofreu qualquer acidente de trabalho fatal. ⓘ



Calendário de parede de 2007 sobre a segurança no local de trabalho

dou os filhos dos empregados de UT de todo o mundo a expressar a sua perspectiva sobre segurança no trabalho. As 12 melhores ilustrações figuram num calendário do ano 2007, que foi distribuído entre todos os empregados da Companhia. O concurso de desenho e as várias actividades complementares realizadas nas fábricas intensificaram o diálogo sobre segurança e aumentaram a consciência entre todos os empregados. O calendário resulta num elemento de memória que reforçará a nossa cultura de segurança durante todo o ano 2007.

### Mais segurança para os empregados de subcontratantes

Continua a ser necessário fazer um grande esforço para aumentar a consciência sobre segurança e saúde laboral entre os subcontratantes e os seus empregados que trabalham nas nossas fábricas. Temos que dar informação às companhias e seus empregados sobre os nossos requisitos de segurança e saúde no trabalho, e depois fazer um controlo para assegurar o seu cumprimento. Paralelamente, estamos a envolver mais esses trabalhadores através de cursos de formação com medidas estratégicas. Para avaliar o sucesso destas medidas, incluímos todos os empregados de subcontratantes no nosso sistema de relatório de acidentes com dias de baixa laboral.

#### Actividades para aumentar a consciência sobre segurança laboral

Local	Actividade
<b>Brasil</b> Diadema, Itapevi, Jacareí	Programa completo de <b>promoção da saúde</b> . Incentivam-se os empregados a fazer exercícios diários de ginástica, essencialmente para prevenir os acidentes e doenças derivadas do trabalho.
<b>China</b> Changchun	<b>100 dias de actividades sobre segurança</b> . Formação completa sobre segurança para todos os empregados. Sessões educativas intensivas anuais, algumas delas oferecidas por fabricantes de equipamento para protecção pessoal.
<b>China</b> Guangzhou	<b>Um concurso de perguntas sobre segurança</b> com prémios atractivos foi organizado para os empregados de produção e de armazém.
<b>China</b> Shangai, sede	<b>Manual bilingue</b> (Chinês/Inglês) para todas as pessoas envolvidas na construção do novo China Technology Center (Centro de Tecnologia da China).
<b>Itália</b> Caleppio di Settala, Casarile, Cerano, Ferentino, Lomazzo, Parma, Zingonia	Apresentações completas, filmes, cursos de formação e debates para todos os níveis de gestores.
<b>Espanha</b> Abrera, La Coruña, Malgrat, Montornés, San Adrián, Santa Perpétua, Alcalá de Guadaíra	<b>Formação sobre segurança</b> . Todos os anos se fazem diferentes cursos de formação baseados em exemplos actuais. Organizam-se debates em torno de fotografias de défices de segurança e potenciais causas de acidentes.
<b>Tailândia</b> Bang Pakong	Projecção de um <b>vídeo preliminar</b> para empregados de subcontratantes com vários conselhos sobre segurança, antes de começarem a trabalhar na Henkel.

# Compromisso social

## Centramo-nos na sustentabilidade

A Henkel reconhece a sua responsabilidade para com a sociedade e isso reflecte-se nas suas práticas negociais. O nosso compromisso social está firmemente integrado nos nossos valores e história corporativa. Fundamenta-se na convicção de que as soluções alcançadas conjuntamente através de parcerias beneficiam todos os implicados.

Agrupámos todos os programas de carácter social – actividades internacionais corporativas para a cidadania que vão além das nossas responsabilidades comerciais – no Henkel Smile. Com este programa promovemos e apoiamos projectos sociais, educativos, científicos, culturais, de lazer, desportivos, ambientais e de saúde.

A par dos donativos materiais, destaca-se o papel das pessoas que dedicam o seu entusiasmo, conhecimento, predisposição para ajudar e compromisso pessoal aos seus projectos.

O efeito é, sem excepção, positivo. Para a sociedade em geral, uma vez que se fazem contribuições significativas para alcançar os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio das Nações Unidas; para as regiões e comunidades, uma vez que são os empregados da Henkel que lançam os desafios locais e proporcionam apoio específico onde ele é necessário; e para os próprios empregados no activo e reformados, cujos laços são fortalecidos através deste compromisso mútuo.

Adicionalmente, vinculámos as actividades de patrocínio ao nosso compromisso social e convencemos vários parceiros de patrocínio a unir-se a nós no apoio a projectos sociais. Estas parcerias vão certamente crescer e chegar mais longe no futuro.

Objectivos	Status
<b>Novo objectivo:</b> Fomentar uma maior aceitação das responsabilidades por parte dos parceiros de negócio da Henkel.	
<b>Novo objectivo:</b> Através do Henkel Smile dar um maior apoio às comunidades nas regiões estruturalmente mais fragilizadas onde existam centros da Henkel.	

O nosso compromisso mundial é canalizado pelo programa Henkel Smile através de quatro módulos independentes, para implementar ideias de projectos e iniciativas. Em 2006, um total de seis milhões de euros foi destinado a medidas de apoio.

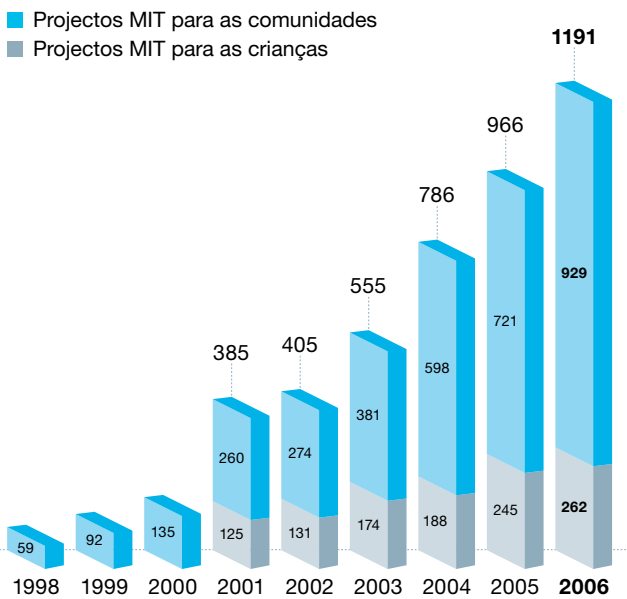
### Envolvimento com a sociedade

Através do nosso conceito de envolvimento com a comunidade, apoiamos projectos individuais que vão ao encontro das necessidades locais das regiões onde se situam os nossos centros. Particularmente as regiões mais carenciadas podem vir a receber um maior apoio no futuro, para promover projectos que levem a que as pessoas se ajudem a si próprias.

### Voluntariado Corporativo – Iniciativa MIT

Através do MIT (Make an Impact on Tomorrow), damos apoio ao envolvimento e participação dos nossos empregados e reformados, tanto em projectos comunitários como em projectos infantis MIT, especialmente pensados para cobrir as necessidades das crianças. Desde o seu lançamento, em 1998, a iniciativa já apoiou 44.574 projectos MIT em 105 países, incluindo 1.125 projectos infantis.

**Projectos sociais “Make an Impact on Tomorrow” (MIT)**



**Corporate Donations**

Através do Corporate Donations (o nosso departamento central de gestão de donativos), damos apoio a iniciativas e instituições públicas em todo o mundo. Um dos maiores objectivos deste departamento é investir em formação e educação contínua, e fazer com que a aprendizagem seja acessível a todos.

**Henkel Friendship Initiative**

A Henkel Friendship Initiative, fundada em 2003, é uma organização sem fins lucrativos criada para prestar assistência às pessoas mais carenciadas em todo o mundo, de forma rápida e não burocrática.

A funcionária da Henkel Kate Huffman (quinta a contar da esquerda), junto de outros voluntários no Arizona (EUA), aconselha e dá apoio aos “Lost Boys” da guerra civil do Sudão.



Particularmente depois da adversidade dos desastres naturais, esta organização ajuda directamente as vítimas através de contribuições financeiras e de outros tipos, e apoia as medidas de reconstrução a longo prazo.

**Projectos seleccionados Henkel Smile**

**Social**

Os desafios sociais nos locais onde existem centros da Henkel diferem amplamente em todo o mundo. O espectro varia desde a escassez de creches aos cuidados inadequados para cidadãos seniores e problemas raciais, ou outras formas de discriminação.

► **EUA: Vivendas novas para os sobreviventes da guerra civil do Sudão**

No Arizona, o Henkel Smile apoia o centro “Lost Boys”, que oferece uma casa e perspectivas de futuro a refugiados jovens que escaparam ao caos da guerra civil no Sudão.

► **Alemanha: Uma lufada de ar fresco para doentes com Alzheimer**

Com o apoio económico da Henkel construiu-se uma casa de madeira no jardim de um lar para doentes com Alzheimer, em Hilden, com o objectivo de a utilizar como ponto de encontro para o descanso e o relaxamento ao ar livre. Espera-se que, desta forma, se estimulem as memórias dos residentes na casa.

**Educação e ciência**

O conhecimento é um dos recursos mais valiosos da sociedade. Para promover as condições que permitem

Sob o lema “Gemeinsam Kindern Zukunft schenken” (Trabalhar juntos para dar um futuro melhor às crianças), a marca Schauma, a UNESCO, Vitali (esquerda) e Wladimir Klitschko apoiam a construção de uma escola para os filhos da tribo San, na Namíbia.





Depois da abertura oficial do centro de formação profissional em Pondicherry, Índia, em Dezembro de 2006, o Dr. Reimar Heucher (sexto a contar da esquerda) e o Arcebispo Dr. Anthony Anandarayar visitaram o atelier de costura criado com a ajuda de donativos do Henkel Smile e do hóquei no gelo DEG.



Aos Domingos tocam música: na foto, 5 das 60 crianças da Assembleia de Deus Nipo-Brasileira, uma instituição religiosa que cuida das crianças oriundas de famílias pobres em São Paulo, Brasil. A funcionária da Henkel, Magda Morales, fez aí trabalho de voluntariado durante quatro anos.

uma vida independente e com igualdade de direitos para o maior número de pessoas possível, apoiamos particularmente a formação e educação contínua nas escolas, assim como um acesso ao conhecimento e às oportunidades de educação igual para todos.

► **Alemanha: Concessão de bolsas de estudo e subsídios**

Concedemos subsídios a vários níveis educativos para ajudar os jovens a concretizar os seus estudos. O Hugo Henkel Award apoia as escolas que se centram fundamentalmente no ensino da ciência. A Jost Henkel Foundation outorga bolsas de estudos aos alunos mais destacados nos campos das ciências económicas, sociais, naturais e de engenharia, enquanto outros prémios estão ao alcance de licenciados com resultados excepcionais nas disciplinas das ciências económicas e naturais.

► **Índia: Centro de formação profissional em Pondicherry**

Graças a uma campanha para angariar fundos entre o Henkel Smile e o clube de hóquei em gelo de Dusseldorf DEG Metro Stara, construiu-se um centro de formação profissional na região costeira de Pondicherry, na Índia, que foi particularmente devastada pelo tsunami de Dezembro de 2004.

► **Namíbia: Integração através da educação**

A marca Schauma apoia o projecto da UNESCO "Education for Children in Need", que consiste na construção de uma escola para os filhos da tribo

San, grupo cuja sobrevivência a longo prazo está ameaçada. Boxers Vitali e Wladimir Klitschko são os embaixadores da UNESCO para este projecto, que proporciona às crianças a tão necessária escolarização. O objectivo é ajudar os San a ser menos marginalizados, respeitando a sua cultura tradicional.

**Cultura e lazer**

As actividades culturais e de lazer são uma fonte de prazer e criatividade. As actividades de ócio no grupo também promovem as faculdades sociais. Por isso apoiamos a criatividade através do desenvolvimento artístico.

► **Brasil: Aulas de música clássica para crianças desfavorecidas**

Num projecto da Assembleia de Deus Nipo-Brasileira, que cuida das crianças oriundas de famílias ca-




**"Para cumprir os seus deveres e compromissos para com a sociedade, a Henkel devia desenvolver um conjunto de acções que contribuíssem para o bem comum, nomeadamente através de iniciativas educativas e desportivas. Desta forma estaria também a elevar o seu perfil corporativo".**

**Presidente da FUNATURA,  
Brasília, Brasil,  
[www.funatura.org.br](http://www.funatura.org.br)**



Aulas de natação para crianças autistas: Na Coreia do Sul, as crianças autistas aprendem a nadar com a ajuda dos seus pais e aumentam assim a sua autoconfiança. Os funcionários da Henkel participam neste programa terapêutico como auxiliares durante as aulas de natação. Os encontros regulares com eles também ajudam a fomentar a capacidade de interacção das crianças.



As crianças em idade escolar convivem com a natureza e com a ciência: Este é o objectivo do projecto MIT para crianças proposto por Bill Read, um funcionário da Henkel em Gulph Mills, Pensilvânia (EUA). O projecto permitirá a 200 estudantes da Gotwals Elementary School visitarem o Riverbend Environmental Education Center durante o ano lectivo 2006/2007 (ver também a nossa capa). 

renciadas, o Henkel Smile apoia os funcionários que dão aulas de música clássica às crianças e as ajudam a familiarizar-se com diversos instrumentos.

#### ► **Itália: Música, teatro e arte**

Em Scampia, distrito da cidade de Nápoles, trabalhamos com a “La locomotiva” - uma iniciativa sem fins lucrativos com a tutela da igreja - para organizar regularmente grupos de trabalho para crianças e jovens. Cerca de 100 crianças participam em *ateliers* semanais sobre música, teatro ou arte, possibilitando a cada um partir à descoberta do seu próprio talento.

#### **Desporto e saúde**

O desporto e a saúde estão intimamente ligados. O exercício regular é uma das actividades mais importantes para nos mantermos saudáveis. Em todo o mundo, há muitas pessoas que não têm acesso aos devidos cuidados médicos. Por isso também apoiamos projectos que promovem o bem-estar através do fomento de actividades desportivas.

#### ► **Nepal: Assistência médica para mais de 1000 refugiados**

Pela sétima vez, os funcionários da Henkel organizaram o transporte de donativos para auxílio a um campo de refugiados tibetanos, perto de Katmandu. Uma equipa de médicos e estudantes de medi-

cina levaram cuidados médicos, medicamentos e artigos para a higiene dos refugiados.

#### **Meio ambiente**

A Henkel conta com uma vasta tradição de apoio à protecção do meio ambiente e à educação ambiental. Em muitas regiões, apoiamos projectos para preservar as áreas de conservação ou para proteger as espécies animais em perigo de extinção.

#### ► **Gana: Apoio à agricultura sustentável**

A Henkel está a ajudar a Agricultural Rural Association (ARA) a construir um centro de formação agrícola, no qual se ensinam métodos ecológicos de cultivo.

#### ► **Hungria: Pequenos especialistas em protecção ambiental**

Juntamente com a colaboração do parceiro “Valley of the Körös Rivers Nature Park Organization”, a Henkel Hungria iniciou um projecto-piloto de educação ambiental em três creches. Todos os meses os educadores vão abordar um tema novo relacionado com o meio ambiente, nomeadamente a observação do tempo e as mudanças de estação. O objectivo é transmitir a consciência ambiental enquanto as crianças ainda são pequenas.

## Contribuir para os objectivos de desenvolvimento global

Através dos projectos sem fins lucrativos Henkel Smile, a Henkel e os seus funcionários ajudam a melhorar a qualidade de vida de muitas pessoas, melhorando a sua situação ou, simplesmente, tornando-as mais felizes. No entanto, este compromisso ultrapassa todos os benefícios individuais e consegue muito mais: contribui para gerir os problemas e de-

safios que a cada instante surgem em todo o mundo. Em 2000, nos seus Objectivos de Desenvolvimento do Milénio, a ONU identificou as questões políticas e sociais mais prementes no presente e no futuro. Com base nelas formulou oito objectivos que devem ser alcançados antes de 2015. Através do Henkel Smile, a Henkel faz muitas pequenas contribuições para a realização desses objectivos, especialmente nos países emergentes em vias de desenvolvimento.

### Projectos Henkel Smile seleccionados em função da sua relação com os oito Objectivos de Desenvolvimento do Milénio da ONU

Objectivos de Desenvolvimento do Milénio	Projectos Henkel Smile (2006)
1. Erradicar a pobreza extrema e a fome	<p><b>Moldávia:</b> Apoio económico a um orfanato em Falesti</p> <p><b>Camarões:</b> Melhorar os cuidados médicos em Fongo Ndeng</p> <p><b>Índia:</b> Construir uma aldeia para crianças órfãs e crianças oriundas de famílias desestruturadas em Tirunelveli</p> <p><b>República Dominicana:</b> Construir um novo orfanato (Casa Santa Anna) em Babey Nuevo</p> <p><b>Argentina:</b> Fornecer comida e prestar assistência sanitária às famílias que vivem no limiar da pobreza em Buenos Aires</p>
2. Proporcionar a educação base universal	<p><b>Nepal:</b> Mais aulas e uma biblioteca para a escola Samudayik Vidya Mandir, em Mandir</p> <p><b>Bangladesh:</b> Campanha para a alfabetização das crianças do distrito de Mollahat</p> <p><b>Laos:</b> Construir uma escola nova com instalações sanitárias e mobiliário em Luang Phong</p> <p><b>Tanzânia:</b> Escola privada, em Karagwe, para ensinar grupos minoritários até que estes alcancem um bom nível de aprendizagem</p> <p><b>Roménia:</b> Ajuda nas tarefas escolares de crianças oriundas de famílias carentes, em Caransebes</p>
3. Promover a igualdade de bens e delegar responsabilidades em mulheres	<p><b>Tanzânia:</b> Educação e formação profissional para as raparigas de Rogory</p> <p><b>Uganda:</b> Mobilar o dormitório de um internato de meninas em Kabale</p> <p><b>EUA:</b> Projecto Girl Scout, em São Francisco, Califórnia, para promover a auto confiança</p> <p><b>EUA:</b> Projecto para ajudar as raparigas mais jovens a planear as suas carreiras profissionais em Detroit, Michigan</p>
4. Reduzir a mortalidade infantil	<p><b>Ucrânia:</b> Apetrechar um hospital em Kiev com o equipamento necessário para tratar recém-nascidos com tumores cerebrais</p> <p><b>Quénia:</b> Abastecimento de medicamentos para crianças com cancro dos nódulos linfáticos, em Mkomani</p> <p><b>Alemanha:</b> Aquisição de um leitor de microplacas para o University Children's Hospital, em Dusseldorf, destinado à investigação de doenças infecciosas nas crianças</p> <p><b>Turquia:</b> Aquisição de incubadoras para bebés recém-nascidos, em Gaziantep</p>
5. Melhorar a saúde materna	<p><b>Peru:</b> Apoio médico para mães menores e seus filhos em Ventanilla, Lima</p> <p><b>África do Sul:</b> Ajuda a mães com filhos deficientes, em Pretória</p> <p><b>Togo:</b> Apoio a um centro para mães e filhos e doentes com SIDA, em Lomé</p>
6. Combater a SIDA, a malária e outras doenças	<p><b>Tailândia:</b> Cuidados médicos para órfãos afectados com o vírus da SIDA, em Lopburi</p> <p><b>Ruanda:</b> Reconstrução de um lar para doentes com SIDA e órfãos de guerra, em Kigali</p> <p><b>Tanzânia:</b> Construção de uma escola para órfãos com SIDA, em Leguruki</p> <p><b>Malawi:</b> Garantir cuidados especiais aos órfãos com SIDA através da oferta de casas para si e seus familiares, em Lilongwe</p>
7. Assegurar a sustentabilidade ambiental	<p><b>Nigéria:</b> Construção de um furo artesiano para fornecimento de água potável e de rega, em Fouangbe/Sekrere</p> <p><b>Tanzânia:</b> Construção de um novo furo artesiano para um centro de formação profissional em Maíz</p> <p><b>Hungria:</b> Actividades educativas centradas na protecção ambiental no Parque Natural de Körösladány</p>
8. Desenvolver uma sociedade global para o progresso	<p><b>Gana:</b> Campo de Verão para a renovação de uma escola em Agona Swedru e reflorestação em Biakba</p> <p><b>Brasil:</b> Aquisição de equipamento e maquinaria para o centro de formação profissional para jovens, em Passo Fundo</p> <p><b>Coreia do Sul:</b> Apoio a uma equipa de futebol para os filhos dos trabalhadores mongóis em Seul</p> <p><b>Espanha:</b> Torneio internacional de futebol juvenil para promover o intercâmbio cultural em Malgrat</p>

# Avaliações externas

O papel de liderança da Henkel no desenvolvimento sustentável e na responsabilidade social corporativa é corroborado pelos prêmios, classificações e reconhecimentos granjeados internacionalmente, assim como por empresas de auditoria externa e analistas de sustentabilidade. ⓘ

## Avaliações e índices



Zurique/Nova Iorque: em 2006 a Henkel foi incluída novamente no European Dow Jones Sustainability Index DJSI STOXX como uma das companhias líderes no sector de produtos de vida curta para o lar.



Londres: pelo sexto ano consecutivo, a Henkel foi incluída no índice ético FTSE-4Good, criado em 2001 pelo Financial Times e pelo London Stock Exchange.



Zurique/Viena: Em Setembro de 2005, a INVERA INVERA Investment Ethics Research & Advisory AG actualizou a classificação da Henkel como “eticamente positiva”.



Munique: Em 2006, e pela segunda vez, a Henkel foi declarada como a melhor companhia em actuação sustentável entre todos os fabricantes de bens de consumo no “Corporate Rating”, da empresa alemã Oekom Research AG.



Paris: A Henkel foi incluída no Eurozone Advanced Sustainability Performance Index (ASPI), elaborado pela agência francesa VIGEO desde 2001. A classificação da Henkel foi actualizada no início de 2006.



Paris: A Henkel foi de novo incluída no Ethibel Sustainability Index, que passou a ter a designação Ethibel Pioneer Index. Este índice, estabelecido em 2002, inclui 200

## Ranking de sustentabilidade



A Henkel ocupa o segundo lugar no Good Company Ranking de 2007. A revista de gestão *Deloitte and Kirchhoff Consult* analisou e considerou a actuação socialmente responsável de 120 companhias líderes europeias. O Dr. Friedrich Stara, Vice-presidente Executivo de Detergentes e Home Care da Henkel recebeu o galardão em Davos, no dia 25 de Janeiro de 2007. ⓘ

companhias tendo em conta o seu compromisso com o meio ambiente.

## Lista de sustentabilidade



Em 2007, à semelhança do ano anterior, a Henkel figurou entre as 100 Corporações Globais mais Sustentáveis do Mundo. As companhias que aparecem na lista são seleccionadas a partir do Morgan Stanley Capital International World Index.

## Comunicar sobre a sustentabilidade

Em Novembro de 2006, a SustainAbility publicou o seu relatório bianual intitulado “Tomorrow’s value”. Produzido em cooperação com o United Nations Environment Programme (UNEP) e a agência Standard and Poor’s, este parecer classifica os relatórios sobre a sustentabilidade internacional em termos da sua transparência e declaração de informação relativa à gestão social, corporativa e do meio ambiente. A Henkel é a número 42 entre as 50 líderes, e ocupa o segundo melhor lugar entre as três companhias alemãs que figuram entre essas 50 melhores.



# Contactos e créditos

## Para mais informações

### Corporate Communications

Contacto: Elisenda Ballester  
Tel.: +34 93-290-4495  
Fax: +34 93-290-4699  
E-mail: elisenda.ballester@es.henkel.com

### I+D y Sustainability Communications

Tel.: +49 (0) 211-797-9336  
Fax: +49 (0) 211-798-5598  
E-mail: wolfgang.zengerling@henkel.com

### Informação sobre Sustentabilidade e diálogo com Stakeholders

Tel.: +49 (0) 211-797-3680  
Fax: +49 (0) 211-798-9393  
E-mail: uwe.bergmann@henkel.com

### Relações com investidores

Tel.: +49 (0) 211-797-3937  
Fax: +49 (0) 211-798-2863  
E-mail: oliver.luckenbach@henkel.com

### Corporate Citizenship

Tel.: +49 (0) 211-797-4191  
Fax: +49 (0) 211-798-4040  
E-mail: kai.von-bargen@henkel.com

### Endereços de Internet

[www.henkel.pt](http://www.henkel.pt)  
[www.henkel.com](http://www.henkel.com)  
[www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability)  
[www.henkel.com/investor-relations](http://www.henkel.com/investor-relations)  
[www.henkel.com/smile](http://www.henkel.com/smile)

## Relatório de Sustentabilidade da Henkel

A Henkel publicou o seu primeiro relatório sobre o meio ambiente em 1992. Ano após ano, alargou o seu âmbito à segurança, saúde, meio ambiente e compromisso social. Desde 2002, é publicado anualmente sob a designação de "Relatório de Sustentabilidade". O relatório actual, que complementa o Relatório Anual, retrata as nossas contribuições para o desenvolvimento sustentável em todo o mundo durante o período referente a 2006. Desde que a Henkel se uniu ao Global Compact 2003, o Relatório de Sustentabilidade também serviu de base para desenvolver a informação acerca do progresso anual.

As marcas a que nos referimos foram seleccionadas com base na sua inovação, notabilidade e forma como reflectem o trabalho dos respectivos sectores de negócio (ver página 18). Os indicadores ambientais relacionados com a produção foram determinados através de dados provenientes de fábricas de 52 países, que reúnem mais de 95% do volume de produção da Companhia em todo o mundo (ver página 32). Os acidentes laborais são registados através de um sistema de informação globalmente uniforme. A cobertura alarga-se a 95% dos empregados da Henkel (ver página 39).

A Henkel informa abertamente acerca dos acidentes laborais graves e das consequentes medidas adoptadas (ver página 31).



## Créditos

Publicado por: Henkel KGaA, 40191 Dusseldorf, Alemanha  
© 2007 Henkel KGaA

### Trabalho editorial e coordenação:

I+D e Sustainability Communications:  
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling  
Corporate SHE and Product Safety:  
Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann, Ines Biedermann,  
Dr. Norbert Fedtke, Christine Schneider

### Tradução do Espanhol e correcções:

Corporate Communications Ibérica - Henkel Ibérica, S.A.  
Art Digital Comunicació, S.L. - Maria Antónia S.P. Santiago

Composição gráfica: workstation gmbh, Bonn

Fotos: David Surowiecki (capa), Andreas Fechner,  
Wilfried Wolter, Henkel

Impressão: Gráficas Angelats, Barcelona

PR: 06 07

ISBN: 978-3-923324-22-4



O Relatório de Sustentabilidade é impresso em papel Artic Volume, da Mukendahl. O papel é feito a partir de pasta branqueada sem cloro. Consiste em fibras de madeira originária de florestas geridas com critérios de sustentabilidade e certificados de acordo com as regras do Forest Stewardship Council (FSC). As tintas de impressão não contêm metais pesados. Esta publicação foi encadernada de forma a ser reciclável, utilizando Purmelt MicroEmission da Henkel para cumprir os standards de saúde e segurança laboral, enquanto as capas foram finalizadas com colas de base aquosa para laminados, Adhesin da Henkel. Os nomes de todos os produtos são marcas registadas da Henkel KGaA, Dusseldorf, ou das suas filiais.

Este documento contém afirmações que se baseiam nas estimativas actuais e suposições feitas pela administração corporativa da Henkel KGaA. Estas afirmações caracterizam-se pela utilização de palavras como expectativa, intenção, plano, auspício, presumir, acreditar, estimar e antecipar-se, entre outras semelhantes. As declarações expressas não devem ser entendidas, de forma alguma, como garantias de que as expectativas ou perspectivas serão exactas no futuro. A actuação e os resultados futuros obtidos pela Henkel KGaA e suas filiais dependem de um grande número de riscos e incertezas, pelo que podem vir a adiar substancialmente as predições e afirmações aqui incluídas. Muitos destes factores estão fora do controlo da Henkel e não podem ser previstos antecipadamente com exactidão, nomeadamente o futuro contexto económico, a actuação da concorrência e outras relacionadas com o mercado. A Henkel não planeia nem se compromete a actualizar nenhuma das afirmações aqui expostas.

A young boy and girl are jumping joyfully in a grassy field. The boy is on the left, wearing a red shirt and blue shorts, with his arms raised. The girl is on the right, wearing a green shirt and blue shorts, also with her arms raised. They are both smiling and appear to be having a great time. The background is a clear blue sky and a line of green trees.

**Henkel**

*A Brand Like a Friend*