

Ahorrando agua, hoy y todos los días

Ya sea a través de mejoras en el proceso de producción o en el desarrollo de innovaciones sostenibles, Henkel reduce su consumo de agua continuamente (durante los últimos cinco años alrededor de un 23%). Este año las Naciones Unidas han decidido celebrar el Día Mundial del Agua (22 de marzo) bajo el concepto “Agua y trabajos”, con el cual se hace hincapié en la importancia global de este recurso tanto para la economía como para el empleo.

Los recursos hídricos del planeta están distribuidos desigualmente y altamente amenazados por la creciente contaminación y sobreexplotación. Uno de los principales desafíos globales en materia de desarrollo sostenible es el uso responsable de este importante recurso. La reducción en la utilización del agua, así como la disminución de aguas residuales, son también parte de los principales focos de acción de la estrategia de sostenibilidad de Henkel. El principal mensaje de Henkel en su estrategia de sostenibilidad es conseguir más con menos recursos.

Si se analiza la cadena de valor de Henkel, más del 80% de la huella generada proviene de la utilización de los productos y no de su fase de producción. Por lo tanto, Henkel se esfuerza por desarrollar productos (desde detergentes y champús hasta tecnologías industriales) que permitan a sus consumidores y clientes realizar su propia contribución al ahorro de agua.

Teñir en vez de comprar de nuevo

Un ejemplo son los colores textiles de la marca Dylan: una potente tecnología de tinte que posibilita dar a los tejidos un aspecto completamente nuevo de forma rápida y sencilla. De esta manera Dylan ayuda a prolongar el ciclo de vida de las telas así como reducir su huella. La ventaja en términos de sostenibilidad radica sobre todo en la reducción del consumo de agua. Alrededor del 85% se ahorra en la producción del algodón, especialmente en la irrigación de los campos de algodón. Para teñir un par de pantalones con Dylan se utiliza por lo menos 100 veces menos agua de la que se necesita para producir un nuevo par de pantalones. Esto significa un ahorro anual de 80.000 millones de litros de agua, o una provisión equivalente de agua potable consumida por persona por año que asciende a 3.9 millones de personas en regiones algodonerías.

Ahorrar agua de forma sencilla

Ya sea lavando o en la ducha, cada individuo puede contribuir en su vida cotidiana para proteger este escaso recurso natural. Por esta razón, Henkel promueve el consumo responsable y sostenible a través de comunicación para cada público objetivo como por ejemplo con la calculadora de Schwarzkopf Schauma.





Sobre [Henkel Internacional](#)

Henkel opera en todo el mundo con marcas y tecnologías líderes en tres negocios: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies. Fundada en 1876, Henkel ocupa posiciones de liderazgo a nivel global tanto en los mercados de los negocios de consumo como en los industriales, con marcas tan conocidas como WiPP Express, Schwarzkopf y Loctite. Henkel cuenta con cerca de 50.000 empleados y en el año 2015 obtuvo unas ventas de 18.100 millones de euros, con un beneficio operativo depurado de 2.900 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán (DAX).

Sobre [Henkel Ibérica](#)

En España Henkel Ibérica se instaló en 1961 tras la compra de la empresa española Gota de Ámbar. En 1970 entró también en el mercado portugués. La compañía cuenta con un centro de producción y cuatro de distribución propios en la Península Ibérica y cerca de 1.000 empleados. Además tiene tres centros y una spin-off de I+D para el desarrollo de adhesivos a nivel mundial. En el 2015, las ventas de los tres negocios de Henkel Ibérica alcanzaron unas ventas globales de más de 500 millones de euros.

Contacto:

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Alberto Jiménez – alberto.jimenez-hidalgo@bm.com

Marta González – marta.gonzalez@bm.com

