

Henkel: 140 años de una historia de éxito

Ciento cuarenta años atrás, un 26 de septiembre de 1876, Fritz Henkel fundó Henkel & Cie junto a dos socios en Aachen, Alemania. Dos años después, tras convertirse en el único propietario de la empresa, trasladó las oficinas centrales de Henkel a Dusseldorf. Hoy en día Henkel es una empresa internacional con alrededor de 50.000 empleados, con ventas que superan los 18.000 millones de euros y marcas que son líderes mundiales como Persil, Schwarzkopf y Loctite.

Construyendo el éxito a través de un negocio familiar

“Fritz Henkel fue un verdadero emprendedor en todos los sentidos, y es para nosotros de gran importancia mantener vivo su espíritu innovador y emprendedor”, comenta Simone Bagel-Trah, Chairwoman del Supervisory Board y Shareholders’ Committee, y a su vez tataranieta del fundador de la compañía. “El nombre de Henkel es sinónimo de marcas altamente reconocidas a nivel global a lo largo de muchas décadas. Nos podemos sentir muy orgullosos de esto. Estos 140 años de éxito en el negocio se debe principalmente al compromiso de nuestros empleados, quienes han contribuido al crecimiento y éxito de Henkel de generación en generación”.

“Henkel se ha desarrollado extraordinariamente bien, y estamos muy bien posicionados con nuestras sólidas marcas y nuestra tecnología altamente innovadora”, asegura Hans Van Bylen, Chairman del Management Board de Henkel. “En todas las áreas en las que operamos, estamos en posiciones de liderazgo a nivel global. Por esa razón, estamos seguros que el desarrollo positivo de la empresa continuará también en el futuro”.

Fritz Henkel preparó los cimientos de una gran empresa

Con 28 años Fritz Henkel era un comerciante que comenzó a vender un detergente producido por él mismo. En 1878, alcanzó un gran éxito con “Henkel’s Bleich-Soda”, la cual le abrió las puertas a su primera exportación de productos fuera de Alemania. Además, Fritz Henkel mostraba una gran astucia para buscar las localizaciones futuras de expansión de la empresa: en 1899 compró un gran terreno en un suburbio de Dusseldorf, Holthausen, el cual tenía excelentes conexiones de transporte al resto del país. Desde entonces la sede principal de Henkel está ubicada en ese mismo terreno, y además, es su planta de producción más grande a nivel mundial.



En 1907 junto a sus dos hijos, Fritz Henkel crea Persil el primer detergente automático del mercado. Esta creación fue un punto de inflexión. Fritz Henkel no sólo acababa de revolucionar la forma de hacer las labores domésticas de limpieza de la ropa, sino que también inició la gestión de marcas de manera moderada con innovadoras campañas de publicidad.

Expansión de las unidades de negocio

La unidad de negocio de adhesivos de Henkel se inició a principios de los años 20. En 1922 la empresa empezó a producir adhesivos para sus propias necesidades y un año más tarde comenzó a comercializarlo. En la actualidad, el área de Adhesive Technologies de Henkel es el mayor proveedor de adhesivos, sellantes y recubrimientos funcionales del mundo.

El negocio de cosmética de Henkel también tiene una larga historia dentro de la compañía. La base del éxito de la actual área de negocio de Beauty Care de Henkel reside en dos adquisiciones claves. En 1924 la empresa compró la compañía productora de jabón Dreiring-Werke, en 1950 Henkel adquirió la mayoría de acciones y en 1953 la compró totalmente. Además, en 1950 Henkel también adquirió la empresa Therachemie en Dusseldorf, y lanzó la marca de coloración para cabello Polycolor en el mercado alemán al siguiente año.

Crecimiento gracias a la internacionalización

Bajo el liderazgo del Dr. Konrad Henkel, nieto del fundador de la empresa y Chairman del Management Board de 1961 a 1980, la compañía se convirtió sistemáticamente en más internacional: Mientras se construía el liderazgo en el mercado europeo, los planes de internacionalización de la empresa continuaban, incluyendo mercados como Japón, América Latina y Estados Unidos. En la actualidad Henkel tiene plantas de producción en aproximadamente 170 ubicaciones a nivel mundial, y más del 85% de las ventas están generadas fuera de Alemania (el 43% proviene de los llamados mercados emergentes). La internacionalización de la empresa también se refleja en sus empleados con más de 125 nacionalidades.

Adquisiciones estratégicas

Para marcar el camino hacia la internacionalización, Henkel realizó su primera oferta pública de compra el 11 de octubre de 1985. La historia de éxito de Henkel se refleja en el comportamiento de las acciones de la compañía, las ventas han incrementado de los 4.700 millones de euros en 1985 a los 18.100 millones en 2015. La emisión de acciones también dieron a la empresa un mayor margen de crecimiento.



La compra más grande en la historia de la empresa se realizó en 2008, cuando se adquirieron las unidades de adhesivos y electrónica de National Starch. Esa compra fortaleció la unidad de negocio de Adhesive Technologies, que es el líder en adhesivos, sellantes y recubrimientos funcionales en su categoría a nivel mundial. Otras adquisiciones importantes que han marcado el crecimiento de la empresa en las últimas décadas son Schwarzkopf (1995), Loctite (1997) y Dial (2004). Con las tres marcas más fuertes de la compañía, Persil, Schwarzkopf y Loctite, Henkel alcanza unas ventas de cerca de 6.000 millones de euros en 2015. En septiembre de 2016, Hans Van Bylen, CEO de Henkel, anunció la compra de la empresa americana productora de detergentes The Sun Products Corporation, que posiciona a la compañía como la segunda corporación más fuerte en el mercado de detergentes en Norteamérica.

Líderes en sostenibilidad

El balance entre el éxito empresarial y la responsabilidad medioambiental y social, siempre fue de gran importancia para el fundador Fritz Henkel y para su descendencia. Desde los inicios de su historia, Henkel ha ido desarrollando productos y procesos más sostenibles, como por ejemplo los detergentes sin fosfato. Además, Henkel fue una de las primeras empresas alemanas en publicar un informe de sostenibilidad en 1992. En 2015 la compañía alcanzó los primeros objetivos a medio plazo de su ambiciosa estrategia de sostenibilidad para el 2030, con la cual Henkel desea crear más valor para sus clientes, consumidores, sociedad y la compañía en sí, mientras al mismo tiempo reduce la huella medioambiental que genera.

Un viaje en el tiempo

Descubre toda la historia de la compañía a lo largo de sus 140 años en la website conmemorativa que se ha preparado para celebrar su importante efeméride: <http://timeline.henkel.com/>

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

Josué Sánchez – josue.sanchez@bm.com

