



Nota de prensa

21 de febrero de 2019

Henkel presenta un crecimiento rentable en el ejercicio fiscal 2018

Henkel logra un buen crecimiento de las ventas orgánicas con sólidas ganancias, rentabilidad y flujo de caja

- Ventas de 19.900 millones de euros: impactadas por los efectos negativos de la divisa de 1.100 millones de euros; crecimiento orgánico +2,4%
- Incremento del beneficio operativo (EBIT)¹: +1,0% hasta 3.496 millones de euros
- Mejora adicional del margen¹ EBIT: +30 puntos base a 17,6%
- Ganancias por acción preferente (EPS)¹: +2,7% a 6,01 euros, a tipos de cambio constantes del 7%
- Expansión sólida del flujo de caja: +12,7% a 1.917 millones de euros
- Récord en el pago de dividendos²: +3,4% a 1,85 euros por acción preferente
- Muy buen progreso en la implementación de las iniciativas estratégicas
- Las iniciativas de crecimiento evidencian el compromiso con el crecimiento rentable

Düsseldorf – “En 2018, Henkel ha continuado ofreciendo un crecimiento rentable. Hemos logrado un buen crecimiento orgánico con nuevos máximos en ingresos y rentabilidad. También hemos aumentado significativamente el flujo de caja. Al mismo tiempo, hemos afrontado los significativos efectos negativos de la divisa, así como el aumento de los precios de materiales directos. El buen desempeño general del negocio ha sido impulsado, una vez más, por nuestras exitosas marcas y tecnologías innovadoras con posiciones líderes en mercados y categorías altamente atractivos.

¹ Depurados los gastos e ingresos únicos y los costes de reestructuración.

² Propuesta a los accionistas para la Junta General de Accionistas del 8 de abril de 2019.



Nuestro crecimiento rentable se ha complementado con las contribuciones de las adquisiciones en nuestros negocios de bienes industriales y de consumo. Hemos mantenido nuestra sólida disciplina de costes y hemos mejorado continuamente nuestra eficiencia", afirma Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

"Hemos realizado un progreso sustancial en la ejecución de nuestras prioridades estratégicas para 2020 en adelante. Hemos implementado con éxito las iniciativas estratégicas clave y hemos mejorado aún más nuestra competitividad. Para captar oportunidades de crecimiento adicionales, principalmente en nuestros negocios de consumo, y para acelerar aún más la transformación digital de nuestra compañía, tal como anunciamos en enero, a partir de 2019 aumentaremos las inversiones en alrededor de 300 millones de euros anualmente", dice Hans Van Bylen. "Nuestra ambición financiera a medio y largo plazo subraya nuestro compromiso de ofrecer un crecimiento rentable sostenible y rendimientos atractivos".

Perspectivas para el 2019

Reflejando el aumento de las inversiones a partir de 2019 y en adelante, Henkel espera un crecimiento orgánico de las ventas de entre el 2% y el 4% en el ejercicio fiscal en curso. Para el margen depurado EBIT, Henkel espera un rango del 16% al 17% y un desarrollo del ingreso depurado por acción preferente en el rango medio de un sólo dígito, por debajo del año anterior, a tipos de cambio constantes.

Evolución de las ventas y beneficios durante el 2018

Nominalmente, las **ventas** del ejercicio fiscal 2018 han disminuido ligeramente en un 0,6% hasta los 19.899 millones de euros. La evolución de las divisas ha tenido un efecto negativo general que se sitúa alrededor de los 1.100 millones de euros, lo que equivale al -5,4% en las ventas. Depurando el efecto del tipo cambio de las divisas, las ventas crecieron un 4,8%. Las adquisiciones y desinversiones han representado el 2,4% del crecimiento de las ventas. Las **ventas orgánicas**, que excluyen el impacto de las divisas y las adquisiciones/desinversiones, han presentado un incremento del 2,4%.

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** ha presentado un fuerte crecimiento del 4% en las ventas orgánicas. Orgánicamente, las ventas de la unidad de negocio **Beauty Care** han

estado un 0,7% por debajo del año anterior. La unidad de negocio **Laundry & Home Care** ha presentado un aumento positivo del 1,9% en las ventas orgánicas.

Una vez más, los **mercados emergentes** han registrado un fuerte incremento en las ventas orgánicas del 6,3%. Los **mercados maduros** han registrado un rendimiento de ventas orgánicas ligeramente negativo del -0,4%.

Las ventas han aumentado orgánicamente en todas las regiones, excepto en América del Norte. En **Europa Occidental**, han mostrado un desarrollo orgánico positivo del 0,3%. En **Europa del Este** las ventas han crecido orgánicamente un 7,6%. **África y Oriente Medio** han registrado un crecimiento orgánico del 11,3%. Las ventas en **América del Norte** se han situado orgánicamente un 1% por debajo del nivel del año anterior. Esto se ha producido por las dificultades de entrega en los negocios de bienes de consumo en América del Norte de Henkel a principios del año 2018. La unidad de negocio Adhesive Technologies ha registrado un sólido crecimiento y la división Cuidado Capilar Professional ha presentado un crecimiento significativo en esta región. **América Latina** ha logrado un crecimiento orgánico del 9,3% y, en la región de **Asia-Pacífico**, las ventas han crecido orgánicamente un 0,9%.

El **beneficio operativo depurado** (EBIT) ha mejorado un 1% hasta los 3.496 millones de euros, un nuevo máximo para Henkel.

El **rendimiento depurado de las ventas** (margen EBIT) ha incrementado un 0,3% hasta el 17,6%. Este resultado es también un nuevo máximo para la compañía.

El **resultado financiero** ha resultado de -65 millones de euros, después de los -67 millones de euros³ del ejercicio fiscal 2017.

El **superávit anual depurado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, ha aumentado un 2,8% hasta los 2.604 millones de euros respecto a los 2.534 millones de euros del año anterior.

³ Cifras modificadas del año anterior (principalmente debido a un cambio en las políticas contables de acuerdo con las NIIF)

El **beneficio por acción preferente depurado** (EPS) ha aumentado un 2,7% de 5,85 euros a 6,01 euros. A tipos de cambio constantes, el crecimiento del EPS ha alcanzado el 7%.

El Consejo de Administración, el Consejo Fiscal y la Junta de Accionistas propondrán a la Junta General Anual, que se celebrará el 8 de abril de 2019, un aumento de los **dividendos** por acción preferente del 3,4% a 1,85 euros (año anterior: 1,79 euros). El dividendo propuesto por acción ordinaria es de 1,83 euros, un aumento del 3,4% en comparación con el año anterior (1,77 euros). Este representará el pago de dividendos más alto en la historia de la compañía que equivale a un índice de pago del 30,9%.

El **capital circulante neto** como porcentaje de las ventas ha alcanzado el 5,1%, mostrando una buena mejora en el transcurso del año, especialmente en la segunda mitad, casi igualando el nivel del período del año anterior (4,8%).

La **posición financiera neta** ha cerrado el año con -2.895 millones de euros (31 de diciembre de 2017: -3.222 millones de euros³). Esta diferencia respecto al año anterior se debe principalmente al fuerte desempeño del flujo de caja.

Evolución de las unidades de negocio

La división **Adhesive Technologies** ha mostrado un fuerte **crecimiento orgánico de ventas** del 4% en el ejercicio 2018. En términos nominales, las ventas han crecido un 2% hasta los 9.403 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha aumentado un 1,6%, alcanzando los 1.761 millones de euros. El rendimiento depurado de las ventas creció 0,2 puntos porcentuales, alcanzando el 18,7%.

El **desarrollo de ventas orgánicas** en la unidad de negocio de **Beauty Care** ha sido ligeramente negativo, con un -0.7% en el año fiscal 2018. Nominalmente, las ventas han crecido un 2,1% a 3.950 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha crecido un 1,6% hasta los 675 millones de euros. El rendimiento depurado sobre las ventas ha sido ligeramente inferior al nivel del año anterior, alcanzando el 17,1%.

La división **Laundry & Home Care** ha generado un **crecimiento orgánico de las ventas** del 1,9% en el ejercicio 2018. En términos nominales, las ventas han alcanzado los 6.419 millones

de euros tras los 6.651 millones de euros del año anterior. El **beneficio operativo depurado** disminuyó ligeramente un 0,7%, hasta los 1.162 millones de euros. El retorno depurado de las ventas ha aumentado positivamente en 0,5 puntos porcentuales y ha alcanzado el 18,1%.

Muy buen progreso en la implementación de la estrategia en 2018

“Perseguimos una estrategia muy clara a largo plazo para Henkel: queremos generar un crecimiento rentable sostenible. Con Henkel 2020⁺ definimos las cuatro prioridades estratégicas para 2020 en adelante: impulsar el crecimiento, acelerar la digitalización, aumentar la agilidad y financiar el crecimiento. A lo largo de los dos últimos años, hemos llevado a cabo un muy buen progreso e implementado las iniciativas estratégicas clave”, comenta Hans Van Bylen.

En 2018 Henkel ha seguido ejecutando un amplio rango de proyectos e iniciativas para potenciar el impulso al crecimiento en los diferentes mercados de todo el mundo. Factores clave del éxito han sido el profundo intercambio y la estrecha colaboración con los **clientes** de Henkel, tanto en el negocio industrial como de consumo.

Se ha puesto especial atención en **acelerar los ciclos de innovación**, así como en la reducción de los plazos de la innovación para atender más rápidamente las nuevas tendencias de mercado y las necesidades de los consumidores. Henkel ha mejorado sus procesos de innovación, dando como resultado unos **altos ratios de innovación, así como un incremento de las ventas del primer año** en las innovaciones o las innovaciones Top 10.

Henkel también ha progresado en la **integración de los negocios adquiridos** y completado diferentes nuevas **adquisiciones** que reforzarán su competitividad y complementarán el portafolio tanto del negocio industrial como de consumo.

Para captar **nuevas fuentes de crecimiento**, la unidad de Corporate Venture Capital de Henkel ha continuado invirtiendo en nuevas tecnologías, materiales, aplicaciones, negocios y modelos de servicio con inversión directa en start-ups, así como en otros fondos de capital. Henkel ha planeado la inversión de unos 150 millones de euros para iniciativas de emprendimiento entre 2017 y 2020. Para finales de 2018, alrededor de la mitad de esta cantidad ya se había invertido o comprometido.

Henkel ha progresado notablemente en la **transformación digital** de la compañía. En 2018 las ventas digitales a nivel de todo el Grupo han aumentado orgánicamente con ratios de crecimiento de dos dígitos, conducidas por un aumento orgánico de más del 30% en nuestros

negocios de consumo. Henkel ha seguido invirtiendo en las fábricas para impulsar el potencial de la Industria 4.0. Esto permite dirigir las plantas productivas y los procesos de forma optimizada, dando como resultado una calidad más elevada, una mejora de la eficiencia y una mayor sostenibilidad.

Se ha configurado un **Digital Advisory Board** con reconocidos expertos de la industria para asesorar al Management Board en los procesos de transformación digital.

Para acelerar la transformación digital de Henkel se ha lanzado una plataforma interna y externa: **Henkel X**. Con el fin de apoyar y consultar a los empleados que trabajan en proyectos e iniciativas digitales, Henkel también ha establecido una red de mentores con más de 150 expertos externos que incluyen fundadores, expertos digitales y líderes de opinión. Esto se ha complementado con un amplio abanico de actividades internas y externas para impulsar las capacidades digitales y la formación continuada de toda la organización.

La transformación digital conecta con la prioridad estratégica de Henkel de **incrementar la agilidad** a lo largo de toda la organización. En 2018, Henkel ha continuado impulsando el espíritu emprendedor de sus empleados y equipos, ha animado a estar abiertos al cambio, optimizado sus flujos de trabajo, apoyado una comunicación más transparente y ha querido promover el espacio individual para la toma de decisiones.

Como parte de su prioridad estratégica de **financiar el crecimiento**, Henkel ha continuado centrándose en la disciplina de costes y la eficiencia. En este contexto, la compañía persigue cuatro iniciativas. En 2018, Henkel ha desplegado con éxito sus iniciativas ONE!VIEW y Net Revenue Management en toda la compañía, mientras que la organización de la cadena de suministro global integrada (ONE!GSC) así como la continua optimización de las actividades de servicio compartido han seguido contribuyendo a las mejoras de la eficiencia. Combinadas, estas iniciativas pueden generar más de 500 millones de euros anuales de **ganancias en eficiencia** durante 2020. En 2018, Henkel ya ha conseguido llevar a cabo más del 50% del objetivo en cuanto a las mejoras en eficiencia.

Compromiso con el crecimiento sostenible a largo plazo

“2018 ha sido un buen año para Henkel. A pesar de los vientos adversos en cuanto a las divisas y el aumento de los precios de los materiales directos, hemos conseguido un buen incremento de las ventas orgánicas, con fuertes beneficios, rentabilidad y flujo de caja. Estamos convencidos que Henkel está bien posicionada para el futuro. Tenemos una

estrategia clara y perseguimos unos objetivos ambiciosos. Con el incremento de las inversiones en marcas, tecnologías, innovaciones y digitalización, estamos enfatizando nuestro compromiso para ofrecer un crecimiento sostenible rentable”, resume Hans Van Bylen.

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. En la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2018, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.500 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 53.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX. Para más información por favor visite www.henkel.es

Este documento contiene previsiones de futuro basadas en las suposiciones y estimaciones actuales de la dirección de la empresa Henkel AG & Co. KGaA. El empleo de palabras como esperar, prever, planificar, pronosticar, deducir de, creer, estimar y formulaciones similares indica previsiones de futuro. Estas previsiones no deben entenderse como garantías que den por correctas estas expectativas. La evolución futura, así como los resultados obtenidos realmente por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas asociadas dependen de una serie de riesgos e inseguridades y por ello pueden diferir fundamentalmente de las perspectivas de futuro. Varios de estos factores se encuentran fuera del área de influencia de Henkel y no pueden estimarse de forma precisa con anterioridad como, por ejemplo, el entorno económico futuro, así como el comportamiento de los competidores y otros participantes en el mercado. No está prevista una actualización de las previsiones de futuro ni Henkel asume ninguna obligación especial al respecto.

Contacto:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bcw-global.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bcw-global.com