



Comunicado de Imprensa

05 de março de 2020

Abrandamento económico e aumento dos investimentos afetam o desempenho

Henkel divulga desempenho misto dos negócios em 2019 e apresenta perspetivas para 2020

- **Os resultados de 2019 impactados pela desaceleração do crescimento económico, pelo investimento em negócios de consumo e pela digitalização em toda a empresa:**
 - As vendas aumentaram 1,1%, para 20.114 milhões de euros, em vendas orgânicas estáveis
 - Margem EBIT ajustada* em 16,0% (-1,6 pontos percentuais)
 - Lucro ajustado* por ação preferencial (EPS) atinge 5,43 euros, nominal -9,7%, em taxas de câmbio constantes -10,1%
 - Fluxo de *cash flow*: 2.471 milhões de euros (+554 milhões de euros)
 - Dividendo** em relação ao ano anterior: 1,85 euros por ação preferencial
- **Perspetivas para 2020: maior avanço nos investimentos em crescimento num ambiente de mercado industrial incerto**
 - Crescimento orgânico das vendas: 0 – 2%
 - Margem EBIT ajustada*: de cerca de 15%
 - EPS ajustado*: diminuição na faixa percentual de um dígito médio a alto, em taxas de câmbio constantes

“Em 2019, o nosso desempenho comercial foi globalmente misto. A nossa unidade de negócios de Adhesive Technologies foi impactada pela desaceleração acentuada nos segmentos chave de clientes, em particular na indústria automóvel e eletrónica. Ao mesmo tempo, as nossas unidades de negócio de consumo, Laundry & Home Care e

* Ajustado para despesas / ganhos únicos e despesas de reestruturação.

** Proposta aos acionistas para a Assembleia Geral Ordinária a 20 de abril de 2020.



Beauty Care, enfrentaram uma intensa concorrência em muitos mercados”, refere Carsten Knobel, CEO da Henkel.

“No início de 2019, anunciamos o nosso plano de aumentar, a partir de 2019 em diante, os investimentos em crescimento em cerca de 300 milhões de euros anualmente para fortalecer as nossas marcas, tecnologias e inovações, além de acelerar a transformação digital de Henkel”, explicou Carsten Knobel. No decorrer do ano, a Henkel aumentou gradualmente esses investimentos de crescimento em toda a empresa, mas o financiamento adicional não foi totalmente utilizado. Tanto o declínio dos volumes, como o aumento dos investimentos em crescimento impactaram os resultados e a margem EBIT em 2019. “Graças ao nosso foco contínuo em gestão de custos, maior eficiência dos nossos processos e a adaptação das estruturas, conseguimos mitigar parcialmente esses efeitos”, afirmou Carsten Knobel. “Continuamos também a investir na expansão e na atualização das fábricas e dos centros de inovação. Além disso, fortalecemos as nossas diferentes unidades de negócios através de aquisições e parcerias direcionadas, com um volume total de quase 600 milhões de euros.”

“No entanto, não estamos satisfeitos com os resultados alcançados. Tínhamos ambições elevadas para a Henkel e, conseqüentemente, tomaremos medidas decisivas para alavancar totalmente o nosso potencial de crescimento e melhorar o desempenho financeiro no futuro”, resumiu Carsten Knobel o desenvolvimento dos negócios em 2019.

Perspetivas para 2020

A Henkel publicou hoje as suas perspetivas para o ano fiscal de 2020, em linha com o anunciado em dezembro de 2019. Para 2020, a Henkel espera gerar um crescimento orgânico de vendas de 0 a 2%. A Henkel espera um efeito adverso no desempenho dos seus lucros em 2020, dada a incerteza que prevalece no ambiente industrial e ao aumento dos investimentos anuais em marketing e publicidade, bem como em digitalização e TI, para fortalecer os seus negócios de forma sustentável. Espera-se que a margem EBIT ajustada atinga cerca de 15%. Espera-se que o lucro ajustado

por ação preferencial (EPS) diminua na faixa percentual de um dígito médio a alto, em taxas de câmbio constantes.

Desempenho das vendas e dos lucros no ano fiscal de 2019

As vendas no ano fiscal de 2019 aumentaram nominalmente em 1,1%, para 20.114 milhões de euros. Os efeitos cambiais tiveram um impacto positivo de 0,6% no crescimento das vendas. Ajustadas por esses efeitos cambiais, as vendas cresceram 0,5%. O **crescimento orgânico das vendas** que exclui o impacto dos efeitos cambiais e das aquisições/desinvestimentos, ficou estável em 0,0%.

A unidade de negócios de **Adhesive Technologies** registou um desenvolvimento orgânico das vendas de -1,5%. Na unidade de negócios de **Beauty Care**, as vendas estiveram organicamente -2,1% abaixo do nível do ano anterior. A unidade de negócios de **Laundry & Home Care** alcançou um crescimento orgânico de vendas de 3,7%.

Os **mercados emergentes** alcançaram um crescimento orgânico das vendas de 2,5% e, portanto, foram os principais impulsionadores do desenvolvimento das vendas orgânicas. Os **mercados maduros** reportaram um desenvolvimento orgânico negativo nas vendas de -1,6%.

Organicamente, as vendas na **Europa Ocidental** foram -1,2% abaixo em relação ao ano anterior. A **Europa Oriental** alcançou um crescimento orgânico de 6,5%. Em **África / Médio Oriente**, as vendas cresceram organicamente em 13,3%. A **América do Norte** registou um desenvolvimento negativo das vendas orgânicas de -2,3%. Na **América Latina**, as vendas cresceram organicamente 4,9%. Na região **Ásia-Pacífico**, as vendas diminuíram organicamente em -6,5%.

O **lucro operacional ajustado** (EBIT) diminuiu -7,9%, de 3.496 milhões de euros no ano anterior para 3.220 milhões de euros.

O **retorno ajustado das vendas** (margem EBIT) foi de -1,6% em relação ao ano anterior, para 16,0%. A rentabilidade do Grupo foi negativamente impactada pelo

aumento dos investimentos em marcas, tecnologias, inovações e digitalização, anunciados no início de 2019. No entanto, o financiamento adicional não foi totalmente utilizado. No total, foram investidos, em 2019, cerca de 50% dos 300 milhões de euros previstos.

O **resultado financeiro** diminuiu de -65 milhões de euros em 2018 para -88 milhões no ano de referência. Isso deve-se principalmente às despesas com juros de compromissos de arrendamento, após a aplicação inicial do IFRS 16.

O **lucro líquido ajustado**, após deduzir as participações não majoritárias, foi de 2.353 milhões de euros, em comparação com 2.603 milhões de euros no exercício fiscal de 2018.

O **lucro ajustado por ação preferencial** (EPS) diminuiu -9,7%, de 6,01 euros no exercício fiscal de 2018 para 5,43 euros. Em taxas de câmbio constantes, o lucro ajustado por ação preferencial diminuiu -10.1%.

O Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e o Comitê de Acionistas irão propor à Assembleia Geral Anual, a 20 de abril de 2020, o mesmo **dividendo** que no ano anterior, sendo 1,85 euros por ação preferencial e 1,83 por ação ordinária. Isso equivale a uma taxa de pagamento de 34,2%, 3,3 pontos percentuais acima do ano anterior e dentro da meta de pagamento de dividendos de 30 a 40%.

O **capital de giro líquido**, como percentagem das vendas, melhorou em -1.2 pontos percentuais para 3,9%.

O **free cash flow** atingiu um novo recorde, com 2.471 milhões de euros (ano anterior: 1.917 milhões de euros).

A **posição financeira líquida** foi melhorada e encerrou o ano em -2.045 milhões de euros (31 de dezembro de 2018: -2.895 milhões de euros).

Desempenho das unidades de negócio

As vendas geradas pela unidade de negócio de **Adhesive Technologies** aumentaram nominalmente em 0,6% para 9.461 milhões de euros no ano fiscal de 2019. Num ambiente industrial desafiante, como uma forte queda nos setores automóvel e eletrónico, as **vendas** diminuíram **organicamente** em -1,5%. O **lucro operacional ajustado** caiu -2,8% em relação ao ano anterior e alcançou 1.712 milhões de euros. O retorno ajustado das vendas foi de 18,1% (ano anterior: 18,7%).

O desenvolvimento das **vendas orgânicas** na unidade de negócio de **Beauty Care** foi negativo em -2,1% no ano fiscal de 2019. Nominalmente, as vendas ficaram -1,8% abaixo do ano anterior, atingindo 3.877 milhões de euros. O **lucro operacional ajustado** foi de 519 milhões de euros, uma queda de -23,1% em relação ao ano anterior. O retorno ajustado das vendas diminuiu para 13,4% (ano anterior: 17,1%), devido principalmente a uma margem bruta em declínio e ao aumento dos investimentos em marcas, tecnologias, inovações e digitalização.

A unidade de negócio de **Laundry & Home Care** gerou um forte crescimento **orgânico das vendas** de 3,7% no ano fiscal de 2019. Nominalmente, as vendas aumentaram 3,7%, para 6.656 milhões de euros. Em 1.096 milhões de euros, o **lucro operacional ajustado** foi -5,7% abaixo do ano anterior. O **retorno ajustado das vendas** diminuiu em -1,6 pontos percentuais, para 16,5%, principalmente devido ao aumento de investimentos em marcas, tecnologias, inovações e digitalização.

Novo enquadramento estratégico: vencer os anos 20's através de um crescimento intencional

“No futuro, definimos um novo enquadramento estratégico para um crescimento intencional, com o intuito de garantir o desenvolvimento bem-sucedido da Henkel no futuro. Com suporte numa base sólida e impulsionados pelo nosso objetivo comum de criar valor sustentável, os principais elementos desse enquadramento são um portefólio vencedor, uma vantagem competitiva nas áreas de inovação, sustentabilidade e modelos operacionais digitais e preparados para o futuro, sustentados por uma base sólida de uma cultura colaborativa e pessoas capacitadas”, refere Carsten Knobel.

Para mais informações sobre o novo enquadramento estratégico:

Sobre a Henkel

A Henkel opera globalmente com um portefólio bem equilibrado e diversificado. A empresa detém posições de liderança com as suas três unidades de negócios, tanto na área da indústria como no grande consumo, graças à força das marcas, inovações e tecnologias. A Henkel Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos em todos os segmentos da indústria. Nos seus negócios de Laundry & Home Care e Beauty Care, a Henkel ocupa posições de liderança em muitos mercados e categorias em todo o mundo. Fundada em 1876, a Henkel faz uma retrospectiva a mais de 140 anos de sucesso. Em 2018, a Henkel atingiu um volume de vendas de 20.000 milhões de euros e um lucro operacional depurado de cerca de 3.500 milhões de euros. A Henkel emprega cerca de 53.000 pessoas em todo o mundo - uma equipa apaixonada, altamente diversificada e unida por uma forte cultura corporativa, um objetivo comum de criar valor sustentável e valores partilhados. Como líder reconhecida em sustentabilidade, a Henkel ocupa posições de destaque em muitos índices e classificações internacionais. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice alemão de ações DAX.

Para obter mais informações, visite  www.henkel.pt ou siga a conta oficial de Twitter  [@henkeliberica](https://twitter.com/henkeliberica).

Para mais informações:

Contacto: Lúcia Espanhol / André Gerson (Media Consulting)

Tif: +351 910 960 222 / +351 912 293 131

Email: lucia.espanhol@mediaconsulting.pt / andre.gerson@mediaconsulting.pt