

## **Henkel apresenta sólido desempenho no segundo trimestre**

**Previsão para o ano é confirmada, apesar do ambiente desafiador. Companhia apresentou crescimento de 13,5% nas vendas**

Düsseldorf, 12 de agosto de 2015 – “Em um mercado desafiador, a Henkel apresentou, no geral, um desempenho sólido no segundo trimestre. Mais uma vez, obtivemos crescimento na casa de dois dígitos nas vendas e nos lucros. As vendas orgânicas nos mercados emergentes foram fortes, contribuindo mais uma vez para o crescimento acima da média”, disse o CEO da Henkel, Kasper Rorsted.

No segundo trimestre de 2015, as vendas da Henkel mais uma vez aumentaram na casa dos dois dígitos, registrando um crescimento 13,5 %, atingindo a marca de 4.695 milhões de euros. Considerando os efeitos positivos do câmbio de 7,3%, as vendas cresceram 6,2%. Organicamente – ou seja, considerando ajustes de câmbio e aquisições/desinvestimentos – as vendas cresceram 2,4%. "Esperamos conseguir crescimento orgânico das vendas de 3 a 5% em 2015. Esperamos um aumento do retorno sobre vendas ajustado de aproximadamente 16% e antecipamos um aumento nos lucros por ação preferencial de cerca de 10%", comenta Rorsted.

O lucro operacional ajustado da empresa aumentou em 14,0%, passando de € 674 milhões para € 768 milhões e o lucro operacional reportado (EBIT) cresceu 21,4%, de € 589 milhões para € 715 milhões.

O retorno ajustado sobre as vendas cresceu 0,1 pontos percentuais passando para 16,4%. O retorno reportado sobre as vendas obteve um crescimento de 1,0 ponto percentual, subindo de 14,2% para 15,2%.

Os lucros ajustados por ação preferencial (EPS) subiram 11,2%, de € 1,16 para € 1,29. O EPS reportado subiu de € 1,02 para € 1,20.

O resultado financeiro da Henkel de -11 milhões de euros se manteve no nível do mesmo trimestre do ano anterior. A taxa de impostos somou 24,6%, (valor no mesmo trimestre do ano anterior: 22,8%).

O capital de giro relativo às vendas subiu 0,6 pontos percentuais de ano para ano, chegando aos 6,6%. Tal aumento deve-se principalmente às aquisições da empresa e aos efeitos do câmbio.

O lucro líquido ajustado da Henkel para o trimestre, após dedução dos juros não controlados, subiu 11,8%, passando de € 499 milhões para € 558 milhões. O lucro líquido reportado para o trimestre cresceu 19,1%, de € 446 milhões para € 531 milhões. Após dedução de € 10 milhões, atribuíveis aos lucros não controlados, o lucro líquido trimestral subiu para € 521 milhões (valor no mesmo trimestre do ano anterior: € 441 milhões).

### **Bom desempenho comercial na primeira metade de 2015**

Na primeira metade de 2015, as vendas da Henkel aumentaram significativamente, com um aumento de € 1.059 milhões, totalizando € 9.125 milhões. Isso representa um aumento de 13,1% em comparação à primeira metade de 2014. Considerando ajustes do câmbio, as vendas orgânicas cresceram 6,5%. Organicamente – ou seja, considerando ajustes de câmbio e de aquisições/desinvestimentos, as vendas cresceram 3,0%, com todas as unidades de negócios da Henkel contribuindo para um desempenho sólido.

O lucro operacional ajustado obteve um crescimento de € 182 milhões, subindo de € 1.293 milhões para € 1.475 milhões (+14,0%). O retorno ajustado sobre as vendas passou de 16,0 para 16,2%.

O lucro líquido ajustado para a metade do ano, após dedução dos lucros não-controlados, cresceu 12,3%, de € 951 milhões para € 1.068 milhões. Os rendimentos ajustados por ação preferencial (EPS) subiram 12,3% (€ 0,27), passando de € 2,20 para € 2,47. "Na primeira metade de 2015, conseguimos aumentar as vendas em quase € 1,1 bilhão, para mais de € 9,1 bilhões. Com um crescimento orgânico das vendas de 3,0%, uma margem EBIT ajustada de 16,2% e um crescimento EPS ajustado de 12,3%, continuamos no rumo certo para atingir nossa orientação para o ano", afirmou Rorsted referindo-se ao desempenho da Henkel nos primeiros seis meses de 2015.

A posição financeira líquida da Henkel em 30 de junho de 2015 era de € - 634 milhões, e em 31 de dezembro de 2014: € - 153 milhões. A alteração em comparação ao final de 2014 deve-se, principalmente, ao pagamento de dividendos.

### **Desempenho das unidades comerciais no segundo trimestre de 2015**

A unidade de negócio de **Laundry & Home Care** registrou um forte crescimento orgânico das vendas de 4,3%. Em **Beauty Care**, foi obtido um aumento orgânico positivo de 1,9% nas vendas. E a unidade de negócio de **Adhesive Technologies** apresentou um crescimento orgânico das vendas de 1,7%.

### **Desempenho regional no segundo trimestre de 2015**

Na **América Latina**, as vendas aumentaram 12,7%, atingindo € 292 milhões. O crescimento orgânico das vendas foi de 8,4%. Esta forte melhora no desempenho da região foi impulsionada principalmente pelo desempenho do México.

Nos **mercados emergentes** do Leste da Europa, da África/Oriente Médio, América Latina e Ásia (excluindo o Japão), as vendas cresceram significativamente em 11,0%, para € 2.047 milhões. Impulsionadas por todas as unidades comerciais, o aumento orgânico das vendas subiu 5,1% e, mais uma vez, contribuiu para o crescimento acima da média do Grupo Henkel.

### **Panorama para o Grupo Henkel em 2015**

A Henkel continua projetando um crescimento orgânico de 3 a 5% nas vendas no ano fiscal de 2015. A companhia acredita que as unidades de negócios de *Adhesive Technologies* e *Laundry & Home Care* gerem, separadamente, um crescimento orgânico nas vendas dentro dessa faixa. Na unidade de negócio de *Beauty Care*, a companhia aguarda um crescimento de aproximadamente 2%. Como anteriormente, a Henkel prevê um desenvolvimento estável na parcela de vendas dos mercados emergentes. Em comparação aos números de 2014, a Henkel espera um retorno ajustado sobre as vendas (EBIT) de aproximadamente 16% e um aumento nos rendimentos ajustados por ação preferencial de aproximadamente 10%. "Esperamos que o atual ambiente econômico global continue difícil. A volatilidade do mercado continuará alta. Neste contexto, agilidade e flexibilidade são fatores-chave, portanto, continuaremos a nos adaptar, simplificando e acelerando ainda mais nossas

estruturas e processos, acompanhando as mudanças nas condições dos mercados", finalizou Rorsted.

### **Sobre a Henkel**

A Henkel opera no mundo todo com marcas e tecnologias líderes em três áreas de negócios: Laundry & Home Care, Beauty Care e Adhesive Technologies. Fundada em 1876, a Henkel ocupa posições de liderança no Mercado global nos setores de consumo e industrial com marcas conhecidas, como Persil, Schwarzkopf e Loctite. A Henkel emprega cerca de 50 mil pessoas e apresentou vendas de € 16,4 bilhões e um lucro operacional ajustado de € 2,6 bilhões no ano fiscal de 2014. As ações preferenciais da Henkel constam do índice DAX da bolsa de valores alemã.

Para mais informação sobre a companhia, acesse [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

### **Sobre a Henkel Brasil**

A Henkel está no Brasil há 59 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies e Beauty Care, com marcas como Cascola, Loctite, Pritt e Schwarzkopf. A Henkel Brasil conta com mais de 928 profissionais distribuídos nas plantas de Diadema, Itapevi, Jundiaí e Manaus.

### **Informações para a imprensa:**

**Burson-Marsteller Brasil – (11) 3094-2240**

Danilo Valeta – [danilo.valeta@bm.com](mailto:danilo.valeta@bm.com) – (11) 3094-2251

Eduardo Bastos – [eduardo.bastos@bm.com](mailto:eduardo.bastos@bm.com) – (11) 3094-2245