

## Información de Prensa

7 de mayo de 2015

Sólida evolución comercial en el primer trimestre

### Henkel registra un buen inicio en el ejercicio 2015

La compañía obtuvo un crecimiento de las ventas del 12,7%, a 4.430 millones euros (orgánicamente: +3,6%), con un margen EBIT depurado del 16% (+0,2%). El resultado por acción preferente subió un 13,5% a 1,18 euros. Las ventas en los mercados emergentes experimentaron un fuerte incremento: En Latinoamérica aumentaron un 13,7% a 274 millones de euros, lo que representa un crecimiento orgánico del 5,3%.

Düsseldorf – “Henkel obtiene una sólida evolución comercial en el primer trimestre en un entorno de mercado difícil y logra un buen inicio en el año 2015. Nuevamente, hemos mejorado las ventas y el resultado. La buena evolución orgánica, las compras del año anterior y la fortaleza del dólar estadounidense han contribuido a que hayamos podido lograr las mayores ventas trimestrales en la historia de la empresa. Contribuyeron a ello todas las divisiones. También hemos evolucionado muy positivamente en los mercados de crecimiento”, afirmó Kasper Rorsted, Presidente del Consejo de Dirección.

En el primer trimestre de 2015, las **ventas** aumentaron un importante 12,7%, logrando un nuevo récord trimestral de 4.430 millones de euros. Depurados los efectos positivos de los tipos de cambio de un 5,8%, las ventas mejoraron un 6,9%. **Orgánicamente**, depurados los efectos del tipo de cambio y adquisiciones/desinversiones, las ventas aumentaron un 3,6%.

La división **Laundry & Home Care** experimentó un fuerte crecimiento orgánico de las ventas del 5,2%. La división **Beauty Care** logró un buen crecimiento orgánico de las ventas del 2,1%. La división **Adhesive Technologies** registró también un buen crecimiento orgánico del 3,3%.

El **beneficio operativo depurado** de ingresos únicos, gastos únicos y gastos de reestructuración aumentó un 14,1% de 619 millones de euros a 707 millones de euros. El beneficio operativo informado (EBIT) creció un 6,5% de 608 millones de euros a 648 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. El **rendimiento depurado de las ventas** (margen EBIT) aumentó unos 0,2 puntos porcentuales al 16,0%. El rendimiento de las ventas informado fue del 14,6%, después del 15,5% del mismo trimestre del año anterior.

El **resultado financiero** mejoró en 6 millones de euros a -9 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. Esto se debió a una mejora tanto del resultado de intereses neto como también del resultado de divisas. El resultado de intereses neto mejoró, entre otras cosas, debido al reembolso de los bonos senior, así como las fijaciones de intereses finalizadas en marzo de 2014. La cuota fiscal se situó en un 24,6%, frente al 23,1% del mismo trimestre del año anterior.

El **superávit trimestral depurado** después de deducir las participaciones no mayoritarias, creció un 12,8% de 452 millones de euros a 510 millones de euros. El superávit trimestral informado aumentó un 5,7% de 456 millones de euros a 482 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 12 millones de euros, el superávit aumentó a 470 millones de euros (mismo trimestre del año anterior: 449 millones de euros). El **resultado por acción preferente depurado** (EPS) aumentó un 13,5% de 1,04 Euros a 1,18 euros. Según lo informado, aumentó de 1,04 euros a 1,09 euros.

En **Latinoamérica** las ventas aumentaron un 13,7% a 274 millones de euros. Orgánicamente, aumentaron un 5,3%. La gran mejora se debió, principalmente, a las operaciones en México.

## Perspectivas del Grupo Henkel para 2015

Henkel espera para el ejercicio 2015 un crecimiento orgánico de las ventas del 3 al 5%. Henkel considera que el crecimiento de las divisiones Adhesive Technologies y Laundry & Home Care estará dentro de esta franja. Para la división Beauty Care esperamos un crecimiento de un 2% aprox. Además, Henkel sigue esperando una evolución constante de la cuota de ventas de los mercados de crecimiento. Respecto al año 2014, Henkel espera en el rendimiento depurado de las ventas (EBIT) un incremento hasta un 16% aprox. y un aumento del resultado depurado por acción preferente del 10% aprox.

Esta información 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.

El informe para el primer trimestre de 2015 y otras informaciones con material para descargar, se encuentra en el dossier de prensa en Internet:

<http://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2015-05-07-publication-report-q1-2015/432306>