

Comunicado de Prensa

11 de noviembre de 2015

Con crecimiento de dos dígitos, México impulsa las ventas de Henkel en Latinoamérica

Henkel incrementa considerablemente las ventas y el beneficio durante el tercer trimestre de 2015

La compañía aumentó las ventas un 8.4% a 4,590 millones euros, con un margen de EBIT del 16.9%. El resultado por acción preferente creció un 11.1% a 1.30 euros. Los mercados emergentes realizaron un importante aporte a la buena evolución, donde Latinoamérica registró un aumento orgánico de las ventas del 10.9% a 280 millones de euros.

Düsseldorf, Alemania – “Durante el tercer trimestre de 2015 Henkel ha registrado una fuerte evolución comercial, a pesar de la difícil situación en el mercado. Hemos aumentado considerablemente las ventas y el resultado en todas las divisiones. Con un fuerte aumento orgánico de las ventas, los mercados emergentes han vuelto a contribuir al crecimiento por encima de la media. Por su parte, en los mercados maduros registramos una evolución positiva. Esto se debió, especialmente, al buen crecimiento en Norteamérica, donde crecimos por tercer trimestre consecutivo”, comentó el Presidente del Consejo de Dirección de Henkel, Kasper Rorsted. “El beneficio operativo y el margen EBIT fueron en el tercer trimestre mayores que nunca y todas las divisiones aumentaron el EBIT y el margen EBIT en comparación con el mismo trimestre del año anterior”.

En el tercer trimestre de 2015 las **ventas** aumentaron considerablemente un 8.4 % a 4,590 millones de euros. Ajustados los efectos positivos de los tipos de cambio de un 2.3%, las ventas mejoraron un 6.1%. **Orgánicamente**, ajustados los efectos del tipo de cambio y adquisiciones/desinversiones, las ventas aumentaron un 3.2%. Contribuyeron a la buena evolución todas las divisiones: *Laundry & Home Care*, *Beauty Care* y *Adhesive Technologies*.

El **resultado operativo ajustado** de ingresos y gastos únicos, así como gastos de reestructuración, aumentó un 12.3% de 693 millones a 778 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. El resultado operativo informado (EBIT) creció un 10.4% de 603 millones a 666 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. El **rendimiento de las ventas ajustado** aumentó un 0.5% al 16.9%. El rendimiento informado de las ventas aumentó un 0.3% al 14.5%.

El **resultado financiero** se mantuvo en –11 millones de euros, al mismo nivel del tercer trimestre de 2014. La **tasa efectiva para efectos fiscales** fue del 24.6% (mismo trimestre del año anterior: 24.0%).

El **ingreso neto del trimestral**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, creció un 11.0% de 508 millones a 564 millones de euros. El ingreso trimestral informado aumentó un 9.8% de 450 millones a 494 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 10 millones de euros, el ingreso trimestral aumentó a 484 millones de euros (mismo trimestre del año anterior: 440 millones de euros).

El **resultado por acción preferente ajustado** (EPS) aumentó un 11.1% de 1.17 a 1.30 Euros. Según lo informado aumentó un 10.9%, de 1.01 a 1.12 euros.

El **capital circulante neto** en porcentaje de las ventas aumentó un 0.4% hasta el 6.0%, respecto al mismo periodo del año anterior. El incremento se debió, principalmente, a las adquisiciones realizadas.

En la región de **Latinoamérica**, las ventas aumentaron de 266 millones a 280 millones de euros. Orgánicamente, aumentaron un 10.9%. **La mejora se debió, principalmente, al crecimiento de dos dígitos en México**, mercado en el que recientemente se llevó a cabo la adquisición de XTREME – líder del mercado en geles para el cabello en dicho país.

Evolución comercial en los primeros nueve meses del ejercicio 2015

En los primeros nueve meses del ejercicio 2015 las **ventas** de Henkel aumentaron considerablemente, en 1,413 millones a 13,715 millones de euros. Esto corresponde a un aumento del 11.5% respecto a los primeros nueve meses de 2014 y supone un nuevo valor récord para Henkel. Ajustados los efectos del tipo de cambio, las ventas mejoraron un 6.4%. **Orgánicamente**, ajustados los efectos del tipo de cambio y adquisiciones/desinversiones, las ventas aumentaron un 3.1%. Todas las divisiones contribuyeron a ello.

El **resultado operativo ajustado** aumentó en 267 millones de euros, de 1,986 millones a 2,253 millones de euros (+13.4%). El **rendimiento de las ventas ajustado** aumentó del 16.1% al 16.4%.

El **ingreso anual ajustado de tres trimestres**, después de descontar las participaciones no mayoritarias aumentó un 11.9% de 1,459 millones a 1,632 millones de euros. El **resultado ajustado por acción preferente** (EPS) aumentó un 11.9% de 3.37 a 3.77 euros.

Aumentan las expectativas de crecimiento del resultado por acción preferente

Adicionalmente, Henkel concretó las perspectivas actuales de crecimiento orgánico de las ventas en todo el ejercicio y aumentó la previsión de crecimiento del EPS:

“Ahora esperamos para el ejercicio 2015 un crecimiento orgánico de las ventas del 3% aprox. Contamos con que el margen EBIT ajustado aumente un 16% aprox. y el resultado ajustado por acción preferente más de un 10%”.

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 del tercer trimestre de 2015 y otras informaciones con material para descargar, están disponibles en www.henkel.com.

Acerca de Henkel

Henkel opera a nivel mundial con marcas y tecnologías líderes en tres áreas de negocio: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies. Fundada en 1876, Henkel mantiene posiciones líderes en el mercado global, tanto en los sectores de consumo como industriales, con marcas reconocidas como Persil, Schwarzkopf y Loctite. Henkel emplea a alrededor de 50,000 personas y reportó ventas de 16,428 millones de euros y un resultado operativo ajustado de 2,588 millones de euros en el año fiscal 2014. Las acciones preferentes de Henkel se cotizan en el índice bursátil alemán DAX.

Acerca de Henkel en México

Henkel tiene más de 55 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Laundry & Home Care, Beauty Care (conformada por el área de Consumo y Profesional) y Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; así como Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies). Henkel en México, cuenta con más de 1,400 empleados, distribuidos entre sus oficinas corporativas en Interlomas, sus Plantas en Ecatepec, dos en Toluca, Monterrey y Salamanca, así como sus Centros de Distribución de Toluca 2000 y Vallejo. Henkel en México reportó ventas en el 2014 superiores a 7,925 millones de pesos.

Contactos

Henkel en México:

Contacto: Cynthia Rios
Teléfono: 3300-3377
E-mail: cynthia.rios@henkel.com

Contacto: Cristina Jiménez
Teléfono: 3300-3376
E-mail: cristina.jimenez@henkel.com

Burson-Marsteller:

Contacto: Patricia Palencia
Teléfono: 5351-6571
E-mail: patricia.palencia@bm.com

Contacto: Daniela Mirassou
Teléfono: 5351-6525
E-mail: daniela.mirassou@bm.com