

## Comunicado de Prensa

25 de febrero de 2016

Henkel cierra el ejercicio 2015 con gran éxito

### Henkel presenta considerable aumento de las ventas y el beneficio en 2015

- La compañía registró un incremento de las ventas del 10.1% a 18,089 millones euros (orgánicamente: +3.0%) y cerró con un margen EBIT del 16.2%. A ello contribuyeron todas sus áreas de negocios.
- Las ventas en Latinoamérica crecieron orgánicamente un 8.8% registrando 1,110 millones de euros.
- **La facturación en México fue superior a 520 millones de euros (equivalente a más de 9,165 millones de pesos).**

**Düsseldorf, Alemania** – *“2015 fue un año excelente para Henkel. Las ventas, el resultado, el beneficio por acción y también los dividendos propuestos han aumentado en dos cifras, respectivamente. Las tres divisiones han incrementado orgánicamente las ventas y mejorado considerablemente su resultado”,* comentó Kasper Rorsted, Presidente del Consejo de Dirección. *“Las regiones emergentes han contribuido de nuevo considerablemente a nuestro buen resultado. También en los mercados maduros pudimos crecer de nuevo orgánicamente”,* agregó.

Las **ventas** en el ejercicio 2015 fueron de 18,089 millones de euros considerablemente superior a las del año anterior. La evolución de las divisas influyó positivamente sobre las ventas con un 4.4%. Por su parte, las adquisiciones/desinversiones contribuyeron con un 2.7% en total al aumento de las ventas. **Orgánicamente**, es decir, una vez depurados los efectos del tipo de cambio y adquisiciones/desinversiones, Henkel logró un buen aumento, con un 3.0%.

Todas las divisiones registraron un buen crecimiento orgánico de las ventas y aumentaron su participación de mercado en los segmentos relevantes. La división **Laundry & Home Care** logró un incremento orgánico de las ventas del 4.9%. En la división **Beauty Care** las ventas aumentaron orgánicamente un 2.1% y la división de **Adhesive Technologies** logró un crecimiento orgánico del 2.4%.

El **resultado operativo ajustado (EBIT)** de ingresos únicos, gastos únicos y gastos de reestructuración aumentó considerablemente, un 12.9% a 2,923 millones de euros (año anterior: 2,588 millones de euros). Las tres divisiones contribuyeron a

esta evolución positiva. El resultado operativo informado (EBIT) fue de 2,645 millones de euros, después de los 2,244 millones de euros en el año anterior.

El **rendimiento de las ventas ajustado** (margen EBIT) aumentó 0.4% del 15.8% al 16.2%. El rendimiento informado de las ventas fue del 14.6%, frente al 13.7% del año anterior.

El **resultado financiero** mejoró de -49 millones de euros a -42 millones de euros. La **tasa efectiva para efectos fiscales** se mantuvo casi sin cambios en el 24.4% frente al 24.3% del año anterior.

El **ingreso anual ajustado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, aumentó frente al año anterior un 11.4%, de 1,896 millones a 2,112 millones de euros. El ingreso anual aumentó un 18.4% de 1,662 millones a 1,968 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 47 millones de euros, el ingreso anual se situó 1,921 millones de euros (año anterior: 1.628 millones de euros).

El **resultado por acción preferente depurado** (EPS) aumentó un 11.4% de 4.38 a 4.88 euros. Según lo informado, aumentó de 3.76 a 4.44 euros.

El Consejo de Dirección, el Consejo de Administración y la Comisión de Accionistas propondrán a la Junta General que se llevará a cabo el 11 de abril de 2016 un aumento de los **dividendos** por acción preferente del 12.2% a 1.47 euros (año anterior: 1.31 euros) y un aumento de los dividendos por acción ordinaria del 12.4% a 1.45 euros (año anterior: 1.29 euros). De este modo, la cuota de distribución sería, por tanto, del 30.2%.

El **capital circulante neto** en porcentaje de las ventas aumentó 0.4%, del 4.2% al 3.8%.

La **posición financiera neta** ascendió al 31 de diciembre de 2015 a 335 millones de euros (31 de diciembre de 2014: -153 millones de euros).

En **Latinoamérica** las ventas aumentaron un 7.9% a 1,110 millones de euros. Orgánicamente, aumentaron un 8.8%, a lo que contribuyó especialmente **México** con un crecimiento de dos cifras. Este mercado tuvo una facturación anual superior a los **520 millones de euros (equivalente a más de 9,165 millones de pesos)**. Con esta cifra, México demostró seguir siendo uno de los 10 países de mayor relevancia para la empresa.

Las ventas en los **mercados emergentes** de Europa del Este, África/Oriente, Latinoamérica y Asia (sin Japón) fueron de 7,797 millones de euros, considerablemente superiores a las del año anterior. Orgánicamente, aumentaron un 5.9%. Contribuyeron a ello todas las divisiones. Las regiones emergentes tuvieron nuevamente una proporción superior a la media en el crecimiento orgánico de las ventas. Debido a la divisa, la cuota de ventas de los mercados emergentes bajó ligeramente, al 43%.

— *“Hemos logrado unos resultados excelentes en un entorno económico difícil, aplicado nuestra estrategia con éxito y, con ello, creado una base destacada para nuestro futuro. Después de tres de los cuatro años de nuestro ciclo estratégico en curso, estamos en el buen camino para lograr nuestros objetivos fundamentales hasta finales de 2016”,* resumió Rorsted la evolución de Henkel.

Respecto al ejercicio en curso y los objetivos financieros para 2016, Kasper Rorsted comentó: *“El entorno económico y político seguirá siendo difícil también este año. Por lo tanto, debemos seguir adaptando nuestros procesos y estructuras a las condiciones del mercado y ser todavía más eficientes y competitivos”.*

— Para el ejercicio 2016 Henkel estima un crecimiento orgánico de las ventas de entre el 2 y el 4%. La compañía considera que el crecimiento de las divisiones estará en esta franja, respectivamente. Además, Henkel espera un ligero aumento de la cuota de ventas de los mercados emergentes.

Respecto al año 2015, se calcula un aumento de un 16.5% aprox. en el rendimiento de las ventas ajustado (EBIT). Para ello, el rendimiento depurado de las ventas de las diferentes divisiones estará al mismo nivel del año anterior o sobre el mismo. Para el resultado ajustado por acción preferente, un crecimiento entre el 8 y el 11%.

— 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.

Encontrará el informe comercial de 2015 y otras informaciones con material para descargar del ejercicio 2015 en nuestro dossier de prensa en Internet.: <http://corporatereport.henkel.com/>

**[DESCARGA IMÁGENES AQUÍ](#)**



Excellence is our Passion

### **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 18,089 millones de euros y un resultado operativo ajustado de 2,923 millones de euros en el año fiscal 2015. 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 2015 superiores a 9,165 millones de pesos.

### **Contactos**

#### **Henkel en México:**

Contacto: Cynthia Rios  
Teléfono: 3300-3377  
E-mail: [cynthia.rios@henkel.com](mailto:cynthia.rios@henkel.com)

Contacto: Cristina Jiménez  
Teléfono: 3300-3376  
E-mail: [cristina.jimenez@henkel.com](mailto:cristina.jimenez@henkel.com)

#### **Burson-Marsteller:**

Contacto: Patricia Palencia  
Teléfono: 5351-6571  
E-mail: [patricia.palencia@bm.com](mailto:patricia.palencia@bm.com)

Contacto: Daniela Mirassou  
Teléfono: 5351-6525  
E-mail: [daniela.mirassou@bm.com](mailto:daniela.mirassou@bm.com)