

Comunicado de Prensa

12 de agosto de 2016

Desempeño exitoso en un entorno cada vez más desafiante

Henkel tiene una fuerte evolución en el segundo trimestre

- La compañía aumentó orgánicamente las ventas 3.2% a 4,654 millones de euros, con un margen EBIT del 17.6%. El resultado por acción preferente creció un 8.5% a 1.40 euros. Las regiones emergentes registraron un fuerte aumento orgánico de las ventas (+6.1%). Las ventas en Latinoamérica alcanzaron los 266 millones de euros, lo que representa un crecimiento orgánico de dos dígitos (+11%), debido a la significativa contribución del desempeño de los negocios en México.

Düsseldorf – “Henkel tuvo un fuerte desempeño en el segundo trimestre. Generamos un sólido crecimiento orgánico de las ventas, gracias a un fuerte desempeño en los mercados emergentes y una evolución positiva en los mercados maduros. Además, incrementamos significativamente tanto las ganancias como la rentabilidad. El resultado por acción preferente creció un 8.5% a 1.40 euros y el retorno sobre ventas ajustado subió al 17.6%, representando un nivel récord para Henkel. Las tres unidades de negocio aportaron al desempeño exitoso de la compañía”, afirmó Hans Van Bylen, CEO de Henkel. “Quiero agradecer a nuestro equipo global por su contribución a la buena evolución en el segundo trimestre”.

En el segundo trimestre de 2016, Henkel generó un **aumento orgánico de las ventas** –depurados los efectos por tipo de cambio y adquisiciones/desinversiones– del 3.2%. Nominalmente, las ventas decrecieron un 0.9% a 4,654 millones de euros debido al impacto negativo del 5.3% en el tipo de cambio. Todas las unidades de negocio contribuyeron a esta buena evolución: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies.

El **resultado operativo ajustado (EBIT)** de ingresos, gastos únicos, así como gastos de reestructuración, aumentó un 6.6% de 768 millones a 819 millones de euros. El beneficio operativo informado creció un 5.8% de 715 millones a 757 millones de euros.

El **rendimiento de las ventas ajustado (margen EBIT)** mostró un incremento de 1.2 puntos porcentuales a 17.6%. El rendimiento informado de las ventas aumentó del 15.2% al 16.3%.

El **resultado financiero** de Henkel mejoró de -11 millones de euros en el segundo trimestre de 2015 a -1 millón de euros en el mismo periodo de este año. Esto se explica por la mejora en el resultado neto de intereses y en el resultado del cambio extranjero. La cuota de impuestos fue del 24.3% (mismo trimestre del año anterior: 24.6%).

El **ingreso neto del segundo trimestre**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, creció un 8.8% de 558 millones a 607 millones de euros. El ingreso trimestral informado aumentó un 7.7% de 531 millones a 572 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 11 millones de euros, el ingreso trimestral aumentó a 561 millones de euros (mismo trimestre del año anterior: 521 millones de euros).

El **resultado por acción preferente (EPS)** aumentó un 8.5% de 1.29 a 1.40 euros. Según lo informado, aumentó de 1.20 a 1.30 euros.

El **capital neto de trabajo** en relación a las ventas, aumentó año a año 1.3 puntos porcentuales a 5.3%.

Al 30 de junio de 2016, **la posición financiera neta** mostró un balance de -118 millones de euros (31 de diciembre de 2015: 335 millones de euros). El cambio comparado a fin de 2015 se debió principalmente al pago de dividendos y pagos por adquisiciones.

Evolución regional en el segundo trimestre de 2016

Con un incremento orgánico de las ventas –con aporte de las tres unidades de negocio– del 6.1%, las **regiones emergentes** realizaron nuevamente una contribución por sobre la media al crecimiento orgánico de Henkel. Debido a los efectos negativos del tipo de cambio, las ventas nominales decrecieron un 4% a 1,964 millones de euros. Por lo tanto, con 42%, la participación de los mercados emergentes en las ventas del Grupo estuvo ligeramente por debajo del nivel del segundo trimestre de 2015. En los **mercados maduros**, las ventas crecieron orgánicamente un 1% a 2,659 millones de euros.

Las ventas en **Latinoamérica** alcanzaron los 266 millones de euros, lo que representa un crecimiento orgánico de dos dígitos (11%), debido a la significativa contribución del desempeño de los negocios en **México**.

Previsiones del Grupo Henkel para 2016

Henkel actualizó su guía para el año 2016. Henkel espera generar un crecimiento orgánico de las ventas del 2% al 4%, en cada una de sus áreas de negocios. Con respecto a la participación de los mercados emergentes, Henkel anticipa un ligero decrecimiento comparado con el nivel del año anterior debido a los efectos del tipo de cambio. En cuanto al rendimiento de las ventas ajustado (margen EBIT), Henkel ahora espera un crecimiento mayor al 16.5% y con todas las áreas de negocios por encima del nivel del año anterior. Henkel espera un incremento en el resultado por acción preferente de entre 8% y 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.

[DESCARGA IMÁGENES AQUÍ](#)

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

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

Burson-Marsteller:

Contacto: Fernando Sosa
Teléfono: 5351-6555
E-mail: fernanro.sosa@bm.com

Contacto: Mauricio Meneses
Teléfono: 5351-6508
E-mail: mauricio.meneses@bm.com