



## Press Release

23 de febrero de 2017

Sólido crecimiento durante el año 2016

### Henkel alcanza niveles record en ventas y beneficio

- Ventas: +3.5% a 18.714 millones de euros (orgánico: +3,1%)
- Crecimiento de las ventas en mercados emergentes: orgánico +6,8%
- Incremento en el beneficio operativo\*: +8,5% a 3.172 millones de euros
- Incremento del margen EBIT\*: +70 puntos básicos a 16,9%
- Excelente beneficio por acción preferente\*: +9,8% a 5,36 euros
- Incremento de doble dígito en los dividendos\*\*: +10,2% a 1,62 euros por acción preferente

Düsseldorf – “2016 fue un año exitoso para Henkel. En un entorno de mercado retador, hemos alcanzando una vez más nuevos niveles record en las ventas y los beneficios; y además, alcanzamos nuestros objetivos financieros para 2016. Hemos obtenido una gran calidad en los beneficios. Por primera vez conseguimos un beneficio operativo de más de 3.000 millones de euros”, comenta Hans Van Bylen, CEO de Henkel. “En septiembre concluimos la adquisición de The Sun Products Corporation, la cual representa la segunda adquisición más grande en la historia de Henkel. Esta compra marca un paso importante para Henkel que refuerza nuestra fortaleza en la categoría del negocio de Laundry & Home Care para el mercado norteamericano. En noviembre presentamos nuestras nuevas y ambiciosas prioridades estratégicas para el año 2020 y en adelante. En base a nuestro sólida historia, nuestros excelentes resultados en 2016 y nuestras clara prioridades estratégicas para los próximos años, estamos comprometidos a continuar nuestro sólido desarrollo en el futuro”.

\* Depurado de ingresos y gastos únicos, así como de gastos de reestructuración

\*\* Propuesta de accionistas para la Reunión Anual General del 6 de abril de 2017



## Perspectiva para el 2017

En base al presente año fiscal de 2017, Hans Van Bylen comenta: “Se espera que el entorno de mercado altamente volátil y con gran incertidumbre continúe. Sin embargo, en base a nuestra clara dirección estratégica, nuestro sólido equipo global y nuestras innovadoras marcas y tecnologías con posiciones líderes en los mercados, estamos bien posicionados para un mayor crecimiento en los beneficios. Para el año fiscal 2017 esperamos un crecimiento en ventas orgánicas del 2% al 4%. Se espera que nuestro margen depurado EBIT se incremente más de 17% y el resultado por acción preferente depurado crezca entre un 7% y 9%.

## Evolución de las ventas y beneficios durante 2016

Las **ventas** en el ejercicio 2016 fueron de 18.714 millones de euros, alcanzando un nivel record y un crecimiento del 3,5% en comparación al año anterior. La evolución de las divisas influyó positivamente sobre las ventas con un 7,1%. El efecto positivo de las adquisiciones y desinversiones fue del 4%, principalmente por la adquisición de The Sun Products Corporation. En ventas **orgánicas**, es decir, una vez depurados los efectos del tipo de cambio y adquisiciones y desinversiones, Henkel logró un firme aumento del 3,1%.

Todas las divisiones registraron un aumento orgánico de las ventas. La división de **Adhesive Technologies** aumentó orgánicamente sus ventas en un 2,8%. En la división de **Beauty Care** las ventas aumentaron orgánicamente un 2,1% y en el negocio de **Laundry & Home Care** las ventas orgánicas crecieron un 4,7%.

El **beneficio operativo depurado (EBIT)** de ingresos únicos, gastos únicos y gastos de reestructuración aumentó considerablemente, un 8,5% hasta un nuevo máximo de 3.172 millones de euros (año anterior: 2.923 millones de euros). Las tres divisiones contribuyeron a esta evolución positiva. El beneficio operativo informado (EBIT) fue de 2.775 millones de euros en comparación con los 2.645 millones de euros del año anterior.

El **rendimiento depurado de las ventas** (margen EBIT) aumentó un 0,7% del 16,2% al 16,9% alcanzando un nuevo nivel record. El rendimiento informado de las ventas se incrementó un 0,2% al 14,8% frente al 14,6% del año anterior.

El **resultado financiero** mejoró de -42 millones a -33 millones de euros. Los costes de financiación relacionados con la adquisición de The Sun Products Corporation fueron compensados por los efectos positivos del reembolso del bono híbrido.



El **superávit anual depurado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, aumentó un 10% a 2.323 millones de euros respecto a los 2.112 millones de euros del año anterior. Tras deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 40 millones de euros, el superávit anual aumentó un 6.9% desde 1.921 millones a 2.053 millones de euros.

El **resultado por acción preferente depurado** (EPS) aumentó un 9,8% de 4,88 euros a 5,36 euros alcanzando un nuevo nivel record. El EPS informado, aumentó de 4,44 euros a 4,74 euros.

El Consejo de Dirección, el Consejo de Supervisión y la Junta de Accionistas propondrán a la Junta General Anual que se celebrará el 6 de abril de 2017 un aumento de los **dividendos** por acción preferente del 10,2% a 1,62 euros (año anterior: 1,47 euros) y un aumento de los dividendos por acción ordinaria del 10,3% a 1,60 euros (año anterior: 1,45 euros). Será el dividendo más alto en la historia de la compañía, la cuota de distribución sería del 30,3%.

El **capital circulante neto** como porcentaje de las ventas aumentó un 0,3% del 3,8% al 3,5%.

La **posición financiera neta** cerró el año con -2.301 millones de euros (31 de diciembre de 2015: 335 millones de euros). El cambio en comparación al año anterior se debe principalmente a los pagos por adquisiciones.

## Evolución de las divisiones

La división de **Adhesive Technologies** logró un buen crecimiento orgánico de las **ventas** del 2,8% en 2016 y, de este modo evolucionó mejor que el mercado. Nominalmente, las ventas se situaron en 8.961 millones de euros tras los 8.992 millones de euros del año anterior.

En los mercados emergentes la división logró un buen crecimiento orgánico de las ventas con un aumento de doble dígito en Latinoamérica y fuerte crecimiento en Europa del Este. Las ventas en Asia (excepto Japón) mostraron una sólida evolución. Las ventas en África y Oriente Medio fueron positivas, a pesar de la incertidumbre política y económica y el deterioro en las condiciones económicas que prevalece en algunas partes de la región. Las ventas en los mercados maduros se mantuvieron al mismo nivel que el año anterior. La evolución de las ventas en Norteamérica fue positiva, mientras que las ventas en Europa Occidental se mantuvieron como el año anterior. En los mercados maduros de las regiones de Asia y Pacífico se mantuvieron ligeramente inferiores con respecto al año anterior.

El **beneficio operativo depurado** en la división de Adhesive Technologies aumentó un 6,2%, a 1.629 millones de euros en comparación al año anterior. El rendimiento depurado de las ventas alcanzó un



aumento del 1,1%, alcanzando un nuevo máximo de 18,2%. El beneficio operativo informado aumentó un 6,8% a 1.561 millones de euros.

La división de **Beauty Care** también prosiguió en el ejercicio 2016 el crecimiento rentable de los años anteriores. Con un buen crecimiento orgánico de las ventas del 2,1%, la evolución se situó de nuevo por encima de la de los mercados relevantes. Nominalmente, las ventas aumentaron hasta los 3.838 millones de euros. (2015: 3.833 millones de euros).

Regionalmente, la evolución del negocio en los mercados emergentes fue muy potente. Europa del Este y Latinoamérica alcanzaron un crecimiento orgánico de ventas de doble dígito. En Asia (excepto Japón) y en África/Oriente Medio las ventas mostraron un desarrollo positivo. Los mercados maduros continuaron siendo impactados por una fuerte presión de precios y promociones. En este entorno desafiante, las ventas en mercados maduros se situaron ligeramente por debajo del nivel del año anterior. En Europa Occidental y en los mercados maduros de la región Asia-Pacífico, las ventas descendieron respecto al año anterior. La división de Beauty Care registró un sólido crecimiento en comparación con el año anterior en Norteamérica.

El **beneficio operativo depurado** de la división Beauty Care aumentó un 6,1% hasta los 647 millones de euros. El rendimiento depurado de las ventas registró un excelente aumento del 1% hasta un nuevo máximo de 16,9%. El beneficio operativo informado alcanzó los 526 millones de euros tras los 561 millones de euros del pasado año.

La división de **Laundry & Home Care** prosiguió con gran éxito el camino de crecimiento rentable de años anteriores. Las ventas orgánicas crecieron un 4,7%, con una mejora significativa de los mercados relevantes. Nominalmente, las **ventas** aumentaron un 12,8% a 5.795 millones de euros en base a las adquisiciones cerradas en 2016.

Con un crecimiento orgánico muy fuerte, los mercados emergentes fueron de nuevo los principales impulsores de las ventas. En Asia (excepto Japón), la división de Laundry & Home Care registró un crecimiento orgánico en ventas de doble dígito. Las ventas en África/Oriente Medio mostraron un fuerte desarrollo. Las ventas en las regiones de Europa del Este y Latinoamérica alcanzaron un fuerte aumento contribuyendo al exitoso desarrollo. La evolución en los mercados maduros fue sólida. Norteamérica registró un sólido incremento en ventas, mientras que el crecimiento de ventas en Europa Occidental fue positivo.

El **beneficio operativo depurado** de la división Laundry & Home Care se incrementó a doble dígito un 13,7% hasta los 1.000 millones de euros. El rendimiento depurado de las ventas aumentó un 0,2%



alcanzando un nuevo máximo del 17,3%. El beneficio operativo informado aumentó un 2,2% desde los 786 millones de euros en el año anterior a 803 millones de euros.

## Evolución regional

En un entorno de mercado que continua siendo altamente competitivo, las ventas en **Europa Occidental** se mantuvieron orgánicamente al mismo nivel que el año anterior. La positiva evolución en Europa del Sur no pudo compensar por completo el descenso en Francia. En 5.999 millones de euros, las ventas nominales en la región descendieron ligeramente en comparación con el año anterior debido a la devaluación de divisas. En **Europa del Este**, las ventas orgánicas crecieron un 7%. La principal contribución a esta evolución fue por parte del negocio en Rusia y Turquía. Nominalmente, las ventas en la región se incrementaron un 0,7% hasta los 2.713 millones de euros (2015: 2.695 millones de euros). A pesar de las agitaciones políticas y sociales en algunos países, en la región **África/Oriente Medio** las ventas aumentaron orgánicamente un 5,6%. El aumento nominal de las ventas fue del 3,7% hasta los 1.378 millones de euros (2015: 1.329 millones de euros).

Las ventas en la región de **Norteamérica** aumentaron orgánicamente un 1,7%. En 4.202 millones de euros, las ventas nominales se incrementaron un 15,2% (2015: 3.648 millones de euros). La adquisición de The Sun Products Corporation contribuyó significativamente al incremento de las ventas nominales. Las ventas orgánicas en **Latinoamérica** aumentaron un 13,8% con una significativa contribución de México a la mejora de la evolución del negocio tras registrar crecimiento de doble dígito. Las ventas nominales alcanzaron los 1.055 millones de euros, tras los 1.110 millones de euros el año anterior. Las ventas en la región **Asia-Pacífico** crecieron orgánicamente un 3.2%. Las ventas nominales aumentaron un 3.6% hasta los 3.246 millones de euros.

Con un aumento de las ventas orgánicas del 6,8%, conducido por todas las divisiones, los **mercados emergentes** realizaron de nuevo una contribución por encima de la media al crecimiento orgánico del Grupo. Las ventas nominales fueron ligeramente superiores en comparación con el año anterior hasta los 7.814 millones de euros. La cuota de ventas de los mercados emergentes fue de un 42%, ligeramente inferior respecto al año anterior debido a los efectos de la divisa y las adquisiciones. En los **mercados maduros** las ventas aumentaron orgánicamente un 0,4% y se situaron en 10.779 millones de euros.

## Perspectivas del grupo Henkel para el año 2017

Para el ejercicio 2017, Henkel espera un crecimiento orgánico de las ventas de entre el 2 y el 4%. Henkel considera que el crecimiento de cada una de las divisiones estará en esta franja. También un





aumento aproximado de un 17% más respecto al año anterior en el rendimiento depurado de las ventas (EBIT). Para el beneficio depurado por acción preferente, Henkel espera un aumento de entre el 7% y el 9%.

Este documento 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.

#### Sobre [Henkel](#)

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales en todo el mundo. Además, en la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2016, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 18.714 millones de euros y un beneficio operativo depurado de 3.172 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 50.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán (DAX).

Para más información por favor visite [www.henkel.es](http://www.henkel.es)

#### Contacto:

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Alberto Jiménez – [alberto.jimenez-hidalgo@bm.com](mailto:alberto.jimenez-hidalgo@bm.com)

Josué Sánchez – [josue.sanchez@bm.com](mailto:josue.sanchez@bm.com)

