



News Release

22 de febrero de 2018

Sólido crecimiento en el ejercicio fiscal 2017

Henkel logra nuevos máximos en ventas y beneficios

- Las ventas aumentan a 20.029 millones de euros, situándose por primera vez por encima de los 20 mil millones de euros: crecimiento nominal +7,0%, crecimiento orgánico +3,1%
- El margen EBIT* alcanza un nuevo máximo: +40 puntos base a 17,3%
- Ganancias por acción preferente*: +9,1% a un nuevo máximo de 5,85 euros.
- Récord en el pago de dividendos**: +10,5% a 1,79 euros por acción preferente
- Progreso sustancial en la implementación de iniciativas estratégicas
- Confirmados los objetivos financieros para el 2020

Düsseldorf – “El 2017 ha sido un año exitoso para Henkel. A pesar de las condiciones de mercado desafiantes y volátiles, hemos alcanzamos nuevos niveles récord en ventas e beneficios y hemos logrado nuestros objetivos financieros para el 2017. Este fuerte crecimiento ha sido impulsado por nuestro comprometido y apasionado equipo global. Por primera vez, hemos superado las ventas anuales en 20.000 millones de euros. También hemos logrado márgenes récord y nuevos máximos en ganancias por acción, en línea con nuestro compromiso de presentar un crecimiento rentable sostenible”, afirma Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

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

**Propuesta a los accionistas para la Reunión Anual General del 9 de abril de 2018

“Nos hemos focalizado en la implementación de nuestras prioridades estratégicas y hemos logrado un progreso sustancial con muchas iniciativas y proyectos clave. En el curso del año, también hemos realizado varias adquisiciones atractivas que complementarán y fortalecerán aún más nuestro portfolio”.

Perspectivas para el 2018

En base al sólido desempeño de 2017 y al sustancial progreso realizado en la implementación de prioridades estratégicas, Henkel ha reconfirmado su meta financiera para el 2020: crecimiento orgánico del 2% al 4%, aumento continuo del margen depurado EBIT, crecimiento de acción preferente depurado del 7% al 9%, y ha proporcionado sus perspectivas para el 2018.

Para el 2018, Henkel espera generar un crecimiento orgánico de 2% a 4% con cada unidad de negocio en este rango. Para el rendimiento depurado de las ventas (EBIT), Henkel anticipa un incremento de más del 17,5% con las tres unidades de negocio contribuyendo. Reflejando las incertidumbres del mercado de divisas, especialmente la evolución del dólar estadounidense, Henkel espera un aumento en las ganancias depuradas por acción preferente en euros de entre el 5% y el 8%.

“En el futuro, continuaremos focalizándonos en el crecimiento rentable sostenible con retornos atractivos. Estamos comprometidos con el cumplimiento de nuestra meta financiera 2020”, comenta Hans Van Bylen.

Evolución de las ventas y beneficios durante el 2017

En el ejercicio fiscal 2017, las **ventas** han superado los 20.000 millones de euros por primera vez y han aumentado un 7% hasta los 20.029 millones de euros. La evolución de las divisas ha producido un efecto global negativo del 2% en las ventas.

Las adquisiciones y desinversiones han representado el 5,9% del crecimiento de las ventas. Las **ventas orgánicas**, que excluyen el impacto de las divisas y las adquisiciones/desinversiones, han aumentado un 3,1%. Esta mejora está en línea con la orientación global de todo el año del 2% al 4% de las ventas orgánicas.

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** ha presentado un fuerte crecimiento del 5% en las ventas orgánicas. La división **Beauty Care** ha generado un crecimiento positivo de ventas orgánicas del 0,5%. La unidad de negocios **Laundry & Home Care** ha presentado un aumento positivo del 2% en las ventas orgánicas.

Una vez más, los **mercados emergentes** han contribuido por encima de la media al crecimiento orgánico de la compañía, con un sólido incremento de las ventas orgánicas del 5,3%. Por otro lado, los **mercados maduros** han registrado un crecimiento positivo de las ventas orgánicas del 1,5%.

Las ventas han aumentado orgánicamente en todas las regiones. En **Europa Occidental**, han mostrado un desarrollo orgánico positivo. En **Europa del Este** las ventas crecieron orgánicamente un 6,0%. **África y Oriente Medio** han registrado un crecimiento orgánico del 1,7%. Las ventas en **América del Norte** han aumentado orgánicamente en un 3,0%. **América Latina** ha logrado un crecimiento orgánico del 4,4% y, en la región de **Asia-Pacífico**, las ventas han crecido orgánicamente en un 5,9%.

El **beneficio operativo depurado** (EBIT) ha mejorado en un 9,1% de 3.172 millones de euros a 3.461 millones de euros. Las tres divisiones de negocios han contribuido a este aumento.

El **rendimiento depurado de ventas** (margen EBIT) ha incrementado un 0,4% hasta el 17,3%, coincidiendo con la previsión anual de un aumento a más del 17%.

El **resultado financiero** ha resultado de -51 millones de euros después de -33 millones de euros en el ejercicio fiscal 2016, debido a los costes de financiamiento de las adquisiciones cerradas en el 2016 y 2017.

El **superávit anual depurado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, ha aumentado un 9,1% hasta los 2.534 millones de euros respecto a los 2.323 millones de euros del año anterior.

El **beneficio por acción preferente depurado** (EPS) ha aumentado un 9,1% de 5,36 euros a 5,85 euros. Esto está en línea con la mejora de la previsión del 2017, que anticipó un crecimiento del EPS de alrededor del 9%.

El Consejo de Administración, el Consejo Fiscal y la Junta de Accionistas propondrán a la Junta General Anual que se celebrará el 9 de abril de 2018 un **aumento de los dividendos** por acción preferente del 10,5% a 1,79 euros (año anterior: 1,62 euros).

El dividendo propuesto por acción ordinaria es de 1,77 euros, un aumento del 10,6% en comparación con el año anterior (1,60 euros). Esto representará el **dividendo más alto** en la historia de la compañía y sería igual a un índice de pago del 30,7%, que está en línea con la cuota de distribución de Henkel del 25% al 35%.

El **capital circulante neto** como parte de las ventas ha sido de un 1,3% por encima del período del año anterior, alcanzando el 4,8%.

La **posición financiera neta** ha cerrado el año con -3.225 millones de euros (31 de diciembre de 2016: -2.301 millones de euros). Esta diferencia respecto al año anterior se debe principalmente a los pagos realizados por las adquisiciones.

Evolución de las unidades de negocio

La división **Adhesive Technologies** ha mostrado un fuerte **crecimiento orgánico de ventas** del 5% en el ejercicio 2017. En términos nominales, las ventas han crecido un 4,8% hasta los 9.387 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha aumentado un 6,4%, alcanzando los 1.734 millones de euros. El rendimiento depurado de las ventas registró un aumento positivo y alcanzó un nuevo máximo del 18,5%.

La división **Beauty Care** ha registrado un **crecimiento de ventas** orgánicas del 0,5% en el ejercicio 2017. En términos nominales, las ventas han crecido un 0,8% hasta los 3.868 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha crecido un 2,7%, alcanzando los 665 millones de euros. El rendimiento depurado ha registrado un aumento positivo, alcanzando un nuevo máximo del 17,2%.

La división **Laundry & Home Care** ha generado un **crecimiento orgánico de las ventas** del 2% en el ejercicio 2017. En términos nominales, las ventas han aumentado un 14,8% alcanzando los 6.651 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha crecido un 17%, hasta los 1.170 millones de euros. El retorno depurado de las ventas ha aumentado positivamente y ha alcanzado un nuevo máximo del 17,6%. La adquisición de The Sun Products Corporation ha contribuido significativamente tanto a las ventas como al beneficio operativo.

Henkel 2020⁺: progreso considerable en 2017

“Hasta 2020 y más allá, estamos persiguiendo un objetivo muy ambicioso para Henkel. Queremos que nuestra compañía **genere un crecimiento rentable sostenible** y que se convierta en una empresa todavía más orientada al consumidor, innovadora, ágil y digital”, comenta Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

Para conseguir estas metas, Henkel ha definido cuatro **prioridades estratégicas**: impulsar el crecimiento, acelerar la digitalización, aumentar la agilidad y financiar el

crecimiento. En el ejercicio 2017, Henkel ha progresado considerablemente en su implementación.

Para **impulsar el crecimiento**, Henkel ha profundizado con éxito en su **compromiso con los clientes y consumidores** a todos los niveles. En su unidad de negocio de Adhesive Technologies, Henkel está implementando una ambiciosa **hoja de ruta con sus 100 clientes principales** para acelerar el crecimiento con soluciones a medida para ellos. En el negocio de consumo, Henkel ha ampliado su programa digital “**Connect2Consumer**” para crear innovaciones y servicios basados en los *insights* de los consumidores.

Henkel también ha continuado haciendo crecer sus **marcas líderes e innovadoras tecnologías**. En la unidad de negocio de Adhesive Technologies, su fuerte desempeño ha estado guiado por sus soluciones superiores y de alto impacto para industrias con un crecimiento dinámico como la de la electrónica de consumo o la de la automoción, así como la de la industria general. En la división Beauty Care, las innovaciones en coloración y peinado han conducido al crecimiento y ayudando a ganar cuota de mercado. En el negocio Hair Professional en Estados Unidos, Henkel ha lanzado con éxito su primera marca *influencer #mydentiy*. La división Laundry & Home Care ha ampliado su portfolio a través de innovaciones en atractivas categorías como la de detergentes especiales o la de cuidado del WC.

Tras la **adquisición** de Sun Products, las unidades de negocio combinadas de Laundry & Home Care en Norteamérica han registrado un muy buenos resultados en 2017.

Henkel también ha llevado a cabo **atractivas adquisiciones** en 2017 con un valor total de alrededor de los 2.000 millones de euros, que complementarán su portfolio y reforzarán la competitividad de su negocio industrial y de consumo.

Henkel también ha captado nuevas **fuentes de crecimiento** a través de inversiones y operaciones conjuntas de servicios digitales y tecnologías, por ejemplo, en el área de la impresión 3D y en innovadores modelos de negocio de consumo.

Como parte de su prioridad estratégica de “**acelerar la digitalización**”, Henkel ha promovido la digitalización de sus interacciones con los clientes, consumidores, socios de negocio y proveedores a lo largo de toda su cadena de valor. **Las ventas impulsadas digitalmente (ventas online)** han aumentado dos dígitos en todas las unidades de negocio. Henkel ha invertido en **Industria 4.0**, ha implementado conceptos de fábricas inteligentes y aumentando la digitalización de su cadena de suministro global integrada. Para reforzar las **capacidades digitales** de sus empleados, se han llevado a cabo formaciones específicas y programas concretos. El recientemente nombrado Chief Digital Officer ha establecido una organización específica para guiar la **transformación digital** en todas las unidades de negocio. **Henkel^x** será la nueva plataforma que permitirá integrar las redes internas y externas y acontecimientos de colaboración, formatos que fomenten el entendimiento digital así como nuevas formas de trabajar.

Para crear una organización **más ágil**, Henkel ha impulsado el **espíritu emprendedor** de sus empleados e introducido **modelos de negocio más flexibles** para adaptarse más fácilmente a los mercados dinámicos. En Adhesive Technologies, 28 unidades de dirección orientadas al cliente han permitido una colaboración más próxima con ellos. Henkel también **ha seguido optimizando sus flujos de trabajo y procesos** para ser más rápida y flexible. Como parte de la iniciativa **Fastest-Time-To-Market**, los plazos para generar innovaciones se han reducido y la entrada en nuevos mercados se ha acelerado.

Todas las iniciativas para **financiar el crecimiento** están en curso para conseguir los siguientes beneficios específicos: para 2020, se espera generar un aumento de la eficiencia por más de 500 millones de euros.

ONE!ViEW conduce a altas eficiencias a través de una gestión optimizada de los costes y del aumento de la transparencia a escala global. **ONE!GSC** integra la cadena de suministro global de Henkel en todas las unidades de negocio. Henkel también ha ampliado la **gestión de ingresos netos** en todas las divisiones y **aumentado aún más las eficiencias** en sus estructuras, como por ejemplo a través de nuevos enfoques en sus centros de servicios compartidos focalizándose en la automatización y robótica.

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 del 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. Henkel cuenta con más de 53.000 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

Material fotográfico disponible en <http://www.henkel.com/press>

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.

Contacto:

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bm.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bm.com