



## News Release

9 de mayo de 2018

Henkel presenta un desarrollo positivo en el primer trimestre a pesar de las dificultades en las entregas de los negocios de consumo en América del Norte: la evolución negativa de la moneda impacta en el trimestre

### Henkel presenta un crecimiento positivo de las ventas orgánicas y sigue mejorando el margen y el EPS

- 4.835 millones de euros en ventas: crecimiento orgánico +1,1%, crecimiento nominal -4,5%, impactado por el efecto negativo de la divisa de 8,6%
- Incremento del margen EBIT\*: +50 puntos base a 17,4%
- Incremento de las ganancias por acción preferente\*: +1,4% a 1,43 euros, impactado por el efecto negativo de la divisa del 6,4%
- En buen camino para regresar a los niveles de servicios normales en América del Norte en el transcurso del segundo trimestre
- Confirmadas las perspectivas para el ejercicio 2018

Düsseldorf – “Henkel ha demostrado un desarrollo positivo en el primer trimestre a pesar de las dificultades de entrega en los negocios de bienes de consumo en América del Norte. Hemos crecido en cuanto a las ventas orgánicas y hemos seguido aumentando el margen EBIT depurado. Hemos mejorado las ganancias por acción preferente a pesar de la evolución muy negativa de la moneda. En base a este rendimiento, confirmamos las perspectivas para el ejercicio 2018. Estamos comprometidos con continuar con nuestro crecimiento rentable”, comenta Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

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



“En el primer trimestre, nos hemos enfrentado a efectos monetarios excepcionalmente negativos, que han afectado nuestras ventas reportadas en un 8,6% o alrededor de 440 millones de euros. Nuestros beneficios de explotación y ganancias por acción también se han visto afectados por la evolución adversa de la moneda”, comenta Hans Van Bylen.

“En nuestro negocio de adhesivos, hemos logrado un fuerte crecimiento en las ventas orgánicas. Por otro lado, las ventas en las unidades de negocio Laundry & Home Care y Beauty Care han estado por debajo del mismo período del año anterior, principalmente debido a las dificultades de entrega de los negocios de bienes de consumo en América del Norte, sobre los que informamos en marzo”, comenta Hans Van Bylen. “Estamos en el buen camino para volver a los niveles normales de servicio en el transcurso del segundo trimestre”.

#### **Rendimiento de las ventas y ganancias durante el primer trimestre de 2018**

Las **ventas** en el primer trimestre de 2018 han alcanzado los 4.835 millones de euros. Las **ventas orgánicas**, en las cuales se excluye el impacto de los efectos monetarios y las adquisiciones y desinversiones, han obtenido un crecimiento del 1,1%. Los efectos negativos de la moneda han tenido un impacto del 8,6% en las ventas. La contribución de las adquisiciones y desinversiones ha ascendido a un 3%. Nominalmente, las ventas han sido un 4,5% más bajas que en el mismo periodo que del año pasado.

La unidad de negocios **Adhesive Technologies** ha logrado un fuerte incremento en las ventas orgánicas del 4,7%. Debido a las dificultades de entrega en los negocios de bienes de consumo en América del Norte, las ventas de la división **Beauty Care** se han situado orgánicamente un 4,3% por debajo del mismo periodo del año pasado. La unidad de negocio **Laundry & Home Care** ha registrado un desarrollo de ventas orgánicas ligeramente negativo del 0,7%.

Una vez más, los **mercados emergentes** han contribuido por encima de la media al crecimiento orgánico de la compañía, con un sólido crecimiento de las ventas orgánicas del 6,9%. Debido a las dificultades de entrega en los negocios de bienes de consumo en América del Norte, los **mercados maduros** han registrado un crecimiento negativo en las ventas orgánicas del 2,8%.

Las ventas en **Europa Occidental** han aumentado orgánicamente un 0,2%. En **Europa del Este** el crecimiento orgánico ha sido del 7,6%. En **África y Medio Oriente**, las ventas han aumentado orgánicamente un 8,6%. Debido a las dificultades de entrega en los negocios de bienes de consumo, las ventas en la región de **América del Norte** han disminuido orgánicamente un 6,5%. En **Latinoamérica** se han logrado un crecimiento orgánico del 7,3%, y en la región de **Asia-Pacífico**, las ventas han crecido orgánicamente un 4,2%.

El **beneficio operativo depurado (EBIT)** ha sido de 842 millones de euros, un 1,4% por debajo del nivel del primer trimestre de 2017 (854 millones de euros). Las divisas han tenido un efecto negativo del 6,2%.

El **rendimiento depurado de las ventas (margen EBIT)** ha aumentado un 0,5% hasta el 17,4%.

El **beneficio depurado por acción preferente** ha aumentado un 1,4% desde 1,41 euros a 1,43 euros. El crecimiento de la acción preferente depurado (EPS) se ha visto afectado negativamente por los efectos de las divisas un 6,4%.

Con un 6,2%, el **capital circulante neto** como porcentaje de las ventas se ha situado por encima del nivel del primer trimestre de 2017 (4,9%).

A 31 de marzo de 2018, la **posición financiera neta** de Henkel ha mostrado un balance de -3.247 millones de euros (31 de diciembre de 2017: -3.225 millones de euros).

### **Evolución de las unidades de negocio**

La división **Adhesive Technologies** ha registrado un fuerte **crecimiento orgánico de las ventas** del 4,7% en el primer trimestre. Nominalmente, las ventas se han situado en 2.270 millones de euros, tras los 2.295 millones de euros registrados en el mismo periodo del año anterior. El **beneficio operativo depurado** ha sido de 410 millones de euros, ligeramente por debajo del nivel del primer trimestre del 2017. Con el 18,1%, el **rendimiento depurado de las ventas** fue en línea al nivel del año anterior.

**Las ventas** de la unidad de negocio **Beauty Care** han descendido a nivel orgánico un 4,3% en el primer trimestre. Excluyendo el impacto de las dificultades en las entregas en

Norteamérica, las ventas se habrían situado al mismo nivel que las del mismo periodo del año anterior. A nivel nominal, las ventas han alcanzado los 965 millones de euros, frente a los 1.011 millones de euros del primer trimestre del 2017. El **beneficio operativo depurado** se ha situado en los 161 millones de euros, un descenso del 4,6% en comparación con el primer trimestre del año anterior. El **rendimiento depurado de las ventas** ha presentado un desarrollo estable y ha alcanzado un 16,7%.

Orgánicamente, la división **Laundry & Home Care** ha registrado un ligero descenso en las ventas del 0,7% el primer trimestre. Excluyendo las dificultades en las entregas en Norteamérica, Laundry & Home Care habría reportado un buen crecimiento en ventas. Nominalmente, las ventas se han situado en 1.569 millones de euros, frente a los 1.726 millones de euros del trimestre del año anterior. Con 291 millones de euros, el **beneficio operativo depurado** se ha situado un 2,5% por detrás del primer trimestre de 2017. El **rendimiento depurado de las ventas** ha crecido 1,2 puntos porcentuales situándose en el 18,5%.

### **Se confirman las perspectivas del ejercicio 2018**

En lo que queda de año, Henkel espera que la volatilidad e incertidumbre del entorno de mercado continúe. Las significativas fluctuaciones monetarias permanecerán. Henkel prevé que el dólar estadounidense se debilite respecto al euro en comparación con el global del año 2017. Además, también se prevé que algunas monedas de importancia en mercados emergentes se devalúen. Adicionalmente, Henkel espera que los precios de las materias primas y los envases continúen subiendo en comparación con el año anterior.

Para el año fiscal 2018 Henkel ha confirmado su última previsión presentada en marzo de 2018. Henkel espera un crecimiento orgánico de las ventas del 2% al 4%, con las divisiones Adhesive Technologies y Laundry & Home Care presentando un crecimiento dentro de este rango, y el de la unidad de negocio Beauty Care entre el 0% y el 2%. En cuanto al rendimiento depurado de las ventas (EBIT), Henkel anticipa un incremento de más del 17,5% con la contribución de las tres unidades de negocio. Reflejando la incertidumbre de los mercados monetarios, especialmente de la tendencia del dólar estadounidense, Henkel espera un incremento en el beneficio depurado por acción preferente de entre un 5% y un 8%.

## **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. En 2017, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.500 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas principales de las tres unidades de negocio -Loctite, Schwarzkopf y Persil- suman más de 6.400 millones de euros. 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](http://www.henkel.es)

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](mailto:carla.llado@bm.com)

Núria Rosiñol – [nuria.rosinol@bm.com](mailto:nuria.rosinol@bm.com)