



Nota de prensa

16 de agosto de 2018

Henkel presenta una buena evolución en el segundo trimestre a pesar de los significativos efectos negativos de la divisa

Henkel presenta un fuerte crecimiento de las ventas orgánicas, mejorando el margen y aumentando las ganancias en el segundo trimestre

- Incremento de las ventas a un nuevo máximo: 5.143 millones de euros, crecimiento orgánico +3,5%
- El EBIT* alcanza un nuevo máximo: 926 millones de euros (+1,8%)
- Mejora del margen EBIT*: +20 puntos base a 18%
- Ganancias por acción preferente (EPS)*: 1,58 euros (+1,9%), excluyendo los efectos de la divisa: +7,7%
- Regreso a los niveles de servicio normales en los negocios de bienes de consumo en América del Norte
- Henkel actualiza las perspectivas para todo el año, reflejando las dificultades causadas por la moneda y el precio de los materiales, y espera un crecimiento de las ventas orgánicas en el grupo de entre el 2% y el 4% (sin modificaciones), un margen EBIT* situado alrededor del 18% (anteriormente: más del 17,5%) y un incremento de las ganancias por acción preferente (EPS) de entre el 3% y el 6% (anteriormente: entre el 5% y el 8%)

Düsseldorf – “Impulsado por el crecimiento orgánico, Henkel ha mostrado un buen desarrollo en el segundo trimestre a pesar de importantes efectos negativos en las divisas y el aumento de precios en los materiales. Hemos incrementado las ventas

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



trimestrales a un máximo sin precedentes, mejorado nuestro margen EBIT ajustado y alcanzado el mayor beneficio depurado trimestral hasta la fecha,” comenta Hans Van Bylen, CEO de Henkel. “Nuestra unidad de negocio Adhesive Technologies ha logrado un fuerte crecimiento orgánico, la unidad Laundry & Home Care ha mostrado un buen crecimiento y la evolución de Beauty Care ha sido también positiva”.

“Hemos alcanzado un crecimiento de las ventas orgánicas en todas las regiones, con una fuerte evolución en los mercados emergentes y un buen desarrollo en los mercados maduros. Nuestro negocio de bienes de consumo en América del Norte ha retomado el crecimiento con el regreso a los niveles de servicio habituales.”

“Como en el primer trimestre, nos hemos enfrentado a importantes dificultades derivadas de la divisa y el incremento del precio de los materiales en el segundo trimestre. Las divisas han afectado negativamente a nuestras ventas reportadas en un 6,1% o alrededor de 310 millones de euros. Nuestros beneficios de explotación y ganancias por acción también se han visto afectados por la evolución adversa de la moneda. Excluyendo el impacto del efecto negativo de la divisa, hemos logrado un fuerte incremento operacional de las ganancias por acción preferente del 7,7%”, comenta Hans Van Bylen.

Actualización de las perspectivas del ejercicio 2018

Henkel ha actualizado su previsión para el ejercicio 2018. La compañía confirma que espera un crecimiento orgánico de las ventas del 2% al 4% para el grupo Henkel.

Henkel prevé ahora un crecimiento orgánico de las ventas en la división Adhesive Technologies del 4% al 5%, anteriormente del 2% al 4%. En la división Laundry & Home Care, Henkel sigue esperando crecer entre un 2% y un 4%. En la división Beauty Care, Henkel confirma su previsión de crecimiento positivo de las ventas orgánicas de entre el 0% y el 2%.

Para el rendimiento depurado de las ventas (margen EBIT), Henkel anticipa un incremento interanual alrededor del 18%, anteriormente más del 17,5%. Se espera que las tres unidades de negocio contribuyan a esta evolución positiva. Reflejando la evolución de las divisas y el precio de los materiales, Henkel espera un incremento de entre el 3% y el 6% en el rendimiento depurado por acción preferente, anteriormente entre el 5% y el 8%.



“La perspectiva subraya nuestro foco continuo en un crecimiento sostenible y rentable y estamos comprometidos a impulsar la implementación de nuestras prioridades estratégicas” afirma Hans Van Bylen.

Rendimiento de las ventas y ganancias durante el segundo trimestre de 2018

A 5.143 millones de euros, las ventas en el segundo trimestre de 2018 han alcanzado un máximo histórico y han obtenido un crecimiento nominal del 0,9% en comparación al mismo periodo del año anterior. Las ventas **orgánicas**, en las cuales se excluye el impacto de la divisa así como adquisiciones y desinversiones, han mostrado un fuerte incremento del 3,5%. La contribución de las adquisiciones y las desinversiones ha ascendido a un 3,5%. Esto produce un crecimiento del 7%. Los efectos de la moneda han tenido un impacto negativo del -6,1% en las ventas.

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** ha logrado un fuerte incremento en las ventas orgánicas del 5,2%. En la división **Beauty Care**, las ventas orgánicas se han situado un 0,4% por debajo del mismo periodo del año anterior. La unidad de negocio **Laundry & Home Care** ha registrado un incremento de las ventas orgánicas del 2,9%.

El crecimiento de las ventas ha sido también apoyado por un incremento a doble dígito en las **ventas digitales** del grupo, en particular por una buena evolución en los negocios de gran consumo.

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 5,4%. **Los mercados maduros** han logrado un buen crecimiento en las ventas orgánicas del 2,2%.

Con un crecimiento orgánico del 0,1%, las ventas en **Europa Occidental** han mostrado un desarrollo estable. En **Europa del Este** se ha logrado un crecimiento orgánico del 8,2%. En **África y Medio Oriente**, las ventas orgánicas han crecido un 4,7%. En **América del Norte** se ha presentado un crecimiento orgánico del 4,9%. En **Latinoamérica** se ha logrado un crecimiento orgánico del 6,3%, y en la región de **Asia-Pacífico**, las ventas han crecido orgánicamente un 1,9%.



El **beneficio operativo depurado (EBIT)** ha mejorado un 1,8%, de 909 millones de euros en el mismo periodo del año anterior alcanzando un máximo sin precedentes de 926 millones de euros.

El **rendimiento depurado de las ventas (margen EBIT)** ha aumentado un 0,2% hasta el 18%.

El **beneficio depurado por acción preferente (EPS)** ha aumentado un 1,9% desde 1,55 euros a 1,58 euros. El crecimiento de la acción preferente depurado se ha visto afectado negativamente por los efectos de las divisas en un -5,8%. Excluyendo el impacto por los efectos de cambio, el beneficio depurado por acción preferente ha aumentado un 7,7%.

Con un 6,3%, el **capital circulante neto** como porcentaje de las ventas se ha situado por encima del nivel del segundo trimestre de 2017 (5,2%).

Evolución de las unidades de negocio

La división **Adhesive Technologies** ha registrado un fuerte **crecimiento orgánico de las ventas** del 5,2% en el segundo trimestre. Nominalmente, las ventas han aumentado un 2,6% situándose en 2.432 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha incrementado en un 1,5% alcanzando los 462 millones de euros. Con el 19%, el **rendimiento depurado de las ventas** se ha situado ligeramente por debajo del nivel del mismo periodo del año anterior.

En la unidad de negocio **Beauty Care**, las **ventas orgánicas** han crecido un 0,4%. Nominalmente, las ventas han incrementado en un 3,8% situándose en 1.035 millones de euros. El **beneficio operativo depurado** ha aumentado un 4,4% y ha alcanzado los 187 millones de euros. El **rendimiento depurado de las ventas** ha mejorado en 0,1% puntos porcentuales situándose en el 18,1%.



La división **Laundry & Home Care** ha generado un buen crecimiento de las ventas orgánicas en un 2,9% en el segundo trimestre. Nominalmente, las ventas se han situado en 1.644 millones de euros, frente a los 1.703 millones de euros del mismo periodo del año anterior. Con 295 millones de euros, el **beneficio operativo depurado** se ha situado un 1% por detrás del segundo trimestre de 2017. El **rendimiento depurado de las ventas** ha crecido 0,4 puntos porcentuales situándose en el 17,9%.

Buena evolución del negocio en la primera mitad del ejercicio 2018

En la primera mitad del año 2018, Henkel ha generado 9.978 millones de euros **en ventas**. El **crecimiento orgánico de las ventas**, que excluye el impacto de los efectos de la divisa y adquisiciones y desinversiones, ha sido del 2,3%. El efecto producido por el cambio de divisas ha reducido las ventas en un -7,4%.

El **beneficio operativo depurado** ha aumentado un 0,3% desde 1.763 millones de euros a 1.768 millones de euros.

El **rendimiento depurado de las ventas** ha mejorado del 17,4% al 17,7%.

El **beneficio depurado por acción preferente** ha aumentado un 1,7% desde 2,96 euros a 3,01 euros. El crecimiento de la acción preferente depurado (EPS) se ha visto afectado negativamente por los efectos de las divisas en un -6,1%. Excluyendo el impacto por los efectos de la moneda, el beneficio depurado por acción preferente ha aumentado un 7,8%.

En la primera mitad del ejercicio 2018, la división **Adhesive Technologies** ha generado un fuerte crecimiento de las ventas orgánicas del 5%. El rendimiento depurado de las ventas ha sido del 18,5%.

Las ventas en nuestro negocio de bienes de consumo se vieron afectadas por dificultades en las entregas en América del Norte. La unidad de negocio **Beauty Care** ha mostrado una evolución negativa en las ventas orgánicas del -2%, por debajo de los niveles del mismo periodo del año anterior. Con un 17,4%, el rendimiento depurado de las ventas se ha situado al nivel de la primera mitad del ejercicio 2017. La división **Laundry & Home Care** ha



generado un crecimiento de las ventas orgánicas del 1,1%. El rendimiento depurado de las ventas ha mostrado un fuerte incremento, del 17,4% al 18,2%.

A 30 de junio de 2018, la **posición financiera neta** de Henkel ha mostrado un balance de -3.597 millones de euros (31 de diciembre de 2017: -3.225 millones de euros).

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

Contacto:

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Cristina Andreu – cristina.andreu@bm.com

Carla Lladó – carla.llado@bm.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bm.com

