



Nota de prensa

21 de enero de 2019

Impulsando un crecimiento sostenible rentable

Henkel intensifica sus inversiones enfocadas al crecimiento

- La implementación de Henkel 2020+, en buen camino
- Resultados preliminares de 2018: buen desempeño a pesar de las significativas dificultades
- Aumento de las inversiones en marcas e innovaciones del negocio de consumo para capturar oportunidades de crecimiento y acelerar la transformación digital
- Las perspectivas para el año 2019 reflejan un mayor crecimiento de las inversiones a la vez que se mantiene una alta disciplina de costes
- La ambición financiera a medio y largo plazo para 2020 y más allá refuerza el compromiso de la compañía para lograr un crecimiento rentable
- Aumento de la proporción de pago de dividendos futuros

Düsseldorf – Desde que anunció sus prioridades estratégicas para 2020 en adelante (2020+), Henkel ha realizado **muy buenos progresos en la implantación de estas prioridades** y ha obtenido un **buen rendimiento empresarial en 2017 y 2018** gracias a su fuerte portafolio de marcas y tecnologías innovadoras. Para captar **oportunidades de crecimiento** principalmente en sus negocios de consumo y **acelerar la transformación digital**, Henkel aumentará sus inversiones alrededor de unos **300 millones de euros anuales** desde 2019 en adelante. Alrededor de dos tercios de esta cantidad se invertirán en las **marcas, tecnologías, innovaciones y mercados clave** de Henkel, mientras que aproximadamente un tercio financiará adicionalmente la **transformación digital** en toda la empresa.

“Vamos a **intensificar nuestras inversiones** para aprovechar nuestras fortalezas y captar oportunidades, especialmente en nuestros negocios de bienes de consumo. **Fortaleceremos nuestra posición** acelerando el **lanzamiento de nuevas marcas e innovaciones**, aumentando nuestras **inversiones en marketing** y llevando la **digitalización** todavía más



lejos. Al mismo tiempo, continuaremos manteniendo nuestra elevada **disciplina de costes**, persiguiendo un **aumento de la eficiencia y ajustando constantemente nuestras estructuras**", ha dicho Hans Van Byles, CEO de Henkel. "Estamos comprometidos con ofrecer un **crecimiento rentable sostenible** y unos **rendimientos atractivos**."

Invirtiendo en marcas, tecnologías, innovaciones y digitalización

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** de Henkel está bien posicionada para crecer en un entorno cada vez más desafiante gracias a su incomparable abanico de tecnologías, su alcance global y una amplia base de clientes de una gran variedad de industrias. Henkel aprovechará aún más las oportunidades de crecimiento de su negocio de adhesivos al potenciar las megatendencias como la conectividad, la *e-mobility* y la sostenibilidad.

Adhesives Technologies **expandirá sus posiciones en los mercados de crecimiento y tecnologías**, impulsando aplicaciones emergentes como por ejemplo en ligereza y electrificación. Hay un enfoque claro en capturar todo el crecimiento potencial co-creando innovaciones con clientes y utilizando su amplia red de expertos. Con el fin de crear experiencias de cliente únicas y digitales, Adhesive Technologies implementará una plataforma de datos integrada para atender mejor a sus clientes.

En **Beauty Care**, Henkel planea **relanzar todo su portafolio de cuidado del cabello** para impulsar un crecimiento superior. Esto incluirá nuevas fórmulas de marcas exitosas como Schauma, Syoss y Gliss. Para acelerar el fuerte crecimiento en la coloración del cabello, Henkel desarrollará fuertes innovaciones bajo las marcas Schwarzkopf y Palette. En el peinado del cabello, Henkel ocupa una posición líder en el mercado en Europa y apunta a seguir creciendo con sus marcas principales. La marca de rápido crecimiento got2b se relanzará y se expandirá con innovaciones específicas para el segmento masculino.

En **Norteamérica**, Beauty Care se basará en el sólido valor de marca de Dial en cuidado del cuerpo con nuevas fórmulas que abordan la tendencia de una piel más saludable. Henkel también ampliará su cartera de productos en la atractiva categoría de coloración del cabello en Norteamérica. La marca de rápido crecimiento got2b se verá reforzada por las nuevas ofertas para hombres más allá del estilo y se expandirá en una marca de categoría transversal dirigida al atractivo segmento de consumidores millennials.

Henkel fortalecerá aún más su **negocio global de peluquería profesional** para mantener el fuerte impulso de crecimiento. El crecimiento será respaldado por una innovación ofensiva en todas las categorías, incluidas las iniciativas de cuidado y color de alto potencial. Henkel

también planea expandir las marcas a nuevas regiones. La compañía entrará en canales de distribución adicionales para su negocio de peluquería profesional. Se lanzará una nueva plataforma electrónica interactiva de última generación para impulsar las ventas y proporcionar un servicio superior al cliente.

En **Laundry & Home Care**, Henkel planea la **ofensiva de innovación más grande para su marca de detergentes superior**, Persil, y lanzará nuevas tecnologías y formulaciones de primera calidad. Henkel presentará la primera cápsula de cuatro cámaras del mercado y una fórmula completamente nueva para limpieza profunda. La marca de detergentes premium de Henkel ofrecerá otras innovaciones que brindan una experiencia y conveniencia superiores para el consumidor. El negocio del comercio electrónico se expandirá con fórmulas altamente concentradas y paquetes totalmente listos para el comercio electrónico. El portafolio completo de marcas que ofrecen una buena relación calidad-precio se relanzará globalmente.

En **Norteamérica**, la división Laundry & Home Care de Henkel ejecutará un relanzamiento completo de la marca, aprovechando la experiencia tecnológica global de Henkel. Para dirigirse al segmento de capitalización creciente, Henkel lanzará el innovador concepto del disco Persil ProClean y ampliará su cartera de productos en cápsulas con buena relación calidad-precio con "Purex 4-in-1". Con la marca líder en acabados textiles, Snuggle, Henkel entrará en el segmento premium con la nueva gama de productos aromáticos.

En el segmento de **Home Care**, Henkel apunta a fortalecer el crecimiento y expandir las cuotas de mercado al aprovechar las mejores marcas y las principales tendencias de los consumidores. Se planea un relanzamiento de toda la gama Somat en 2019, incluidas nuevas pastillas y geles. Las exitosas ofertas en los segmentos de cuidado del baño se ampliarán con nuevos aromas. Además, la línea de productos Pro Nature reforzará su sólida posición en el segmento de rápido crecimiento de productos sostenibles.

Todas las iniciativas serán apoyadas por **inversiones de marketing** sustancialmente mayores en los canales tradicionales y digitales.

La **transformación digital** de Henkel se acelerará aún más por una expansión significativa de las inversiones en negocios digitales, análisis e infraestructura. Los **negocios digitales** se fortalecerán específicamente con el desarrollo de formatos concretos de productos listos para el comercio electrónico y nuevos servicios digitales. Esto también incluye una expansión

acelerada de las cooperaciones con los principales socios de comercio electrónico o las aplicaciones de "Internet de las Cosas".

La **interacción directa con clientes y consumidores** a través de canales digitales se ampliará aún más. También se planifican inversiones en nuevas herramientas de análisis, sistemas eCRM y aplicaciones de gestión de categorías de e-shopper. La **industria 4.0**, que incluye automatización avanzada y soluciones robóticas, se desarrollará aún más. La **infraestructura digital** de la empresa se reforzará con la configuración de nuevos espacios de trabajo digitales, las inversiones en seguridad cibernética y la mejora de las capacidades de la red y la infraestructura del sitio web.

Resultados preliminares de 2018:

Buen rendimiento a pesar de la significativa devaluación de las divisas y materiales directos

Las **ventas** preliminares en 2018 ascendieron a 19.900 millones de euros, tras los 20.000 millones de euros del año anterior. Las **divisas** impactaron negativamente las ventas reportadas en alrededor de 1.100 millones de euros. El **crecimiento de las ventas orgánicas**, que excluye el impacto de los efectos de la moneda y de las adquisiciones/desinversiones, fue de un 2,4%.

Adhesive Technologies logró un sólido crecimiento de las ventas orgánicas de un 4%. La unidad de negocio Beauty Care generó un crecimiento negativo de las ventas orgánicas de un 0,7%. La división Laundry & Home Care reportó un crecimiento positivo de las ventas orgánicas de un 1,9%.

El **beneficio operativo depurado (EBIT)** preliminar mejoró en un 1%, alrededor de los 3.500 millones de euros. El **rendimiento depurado de ventas (EBIT margen)** preliminar incrementó 30 puntos básicos, un 17,6%. El margen depurado EBIT para Adhesive Technologies fue de un 18,7% (+20 puntos básicos), para Beauty Care un 17,1% (-10 puntos básicos) y para Laundry & Home Care un 18,1% (+50 puntos básicos).

El **crecimiento de acción preferente depurado (EPS)** preliminar fue de un 2,7%. A tipos de cambio constantes, el crecimiento del EPS depurado ascendió a alrededor de un 7%.

Los **resultados financieros finales y auditados** se publicarán en la Conferencia Anual de Resultados el 21 de febrero de 2019.

"Este desempeño en un entorno de mercado altamente desafiante y volátil es una evidencia del fuerte compromiso y dedicación de nuestro equipo global", dijo Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

Perspectivas para el 2019

Henkel espera para el 2019 un entorno de mercado desafiante, caracterizado por una alta incertidumbre y volatilidad, con dinámicas de mercado mixtas y **dificultades continuas en las divisas y materias primas**. A pesar de una reducción general del impulso del **crecimiento industrial y económico**, Henkel aún anticipa un buen crecimiento de la producción industrial. En los mercados de bienes de consumo, Henkel espera condiciones difíciles persistentes y presiones competitivas y de precios.

Reflejando el crecimiento de la inversión a partir de 2019, Henkel espera un **crecimiento orgánico de las ventas** de entre un 2% y un 4% en 2019. Para el **margen EBIT depurado**, Henkel espera un rango de 16% a 17% y un desarrollo del **EPS depurado** en el rango de porcentaje medio por debajo del año anterior con tasas de cambio constantes.

Ambición financiera a medio y largo plazo para 2020 y más allá

El compromiso continuo de Henkel de generar un crecimiento rentable sostenible y rendimientos atractivos se refleja en la **ambición financiera ampliada de medio a largo plazo de la compañía para 2020 y más allá**: Henkel apunta a un **crecimiento orgánico de las ventas** de entre un 2% y un 4% y un **crecimiento del EPS depurado** en el rango medio a alta de un solo dígito en base a tasas de cambio constantes y continuará enfocándose en la **expansión del flujo de efectivo libre**.

Henkel continuará buscando **oportunidades de crecimiento** convincentes. Al mismo tiempo, la compañía seguirá enfocada en la estricta **disciplina de costes y margen**.

Basándose en su sólido balance y su solidez financiera, Henkel continuará implementando sus **inversiones** de capital. Al mismo tiempo, las **adquisiciones** seguirán siendo una parte integral de la estrategia de crecimiento de la compañía.

En el futuro, Henkel se continuará enfocando en ofrecer rendimientos atractivos a sus accionistas. La compañía aumentará el **rango objetivo para el índice de pago de dividendos** de un 30% a un 40% a partir del año fiscal 2019 (rango actual: 25% a 35%).

“En resumen, estamos convencidos de que Henkel está bien posicionada para el futuro con una estrategia clara y un equipo global sólido. Con el aumento de las inversiones en nuestras marcas y tecnologías líderes, en innovaciones y digitalización, estamos reforzando nuestro compromiso con el crecimiento rentable sostenible. Esto se refleja en nuestra ambición financiera expandida del medio al largo plazo para 2020 y más allá”, comenta Hans Van Bylen, CEO de Henkel.

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

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:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bcw-global.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bcw-global.com