



Información de Prensa

21 de febrero de 2019

Henkel tiene un crecimiento rentable en el año fiscal 2018.

Henkel logra un buen crecimiento orgánico de las ventas con fuertes ganancias, rentabilidad y flujo de efectivo

- Ventas a 19.9 mil millones de euros: impactadas por efectos negativos de la moneda de 1,100 millones de euros; crecimiento orgánico + 2.4%
- Aumento del resultado operativo (EBIT)*: + 1% a 3,496 millones de euros
- Mejora adicional del margen EBIT*: +30 puntos base a 17.6%
- Ganancias por acción preferente (EPS)*: + 2.7% a 6.01 euros, a tipos de cambio constantes +7%
- Fuerte expansión del flujo de efectivo: + 12.7% a 1,917 millones de euros
- Récord en el pago de dividendos**: + 3.4% a 1.85 euros por acción preferente
- Las iniciativas de crecimiento subrayan el compromiso con el crecimiento rentable
- Latinoamérica logró un crecimiento orgánico de las ventas del 9.3%
- Henkel México factura más de 649 millones de euros, equivalente a más de 11 millones 652 mil de pesos

Düsseldorf - "En 2018, continuamos generando un crecimiento rentable para Henkel. Logramos un buen crecimiento orgánico con nuevos niveles récord en ganancias y rentabilidad. También aumentamos significativamente el flujo de efectivo. Al mismo tiempo, enfrentamos efectos negativos significativos en la moneda, así como el aumento de los precios de los materiales directos. El buen desempeño general del negocio fue impulsado una vez más por nuestras marcas exitosas y tecnologías innovadoras con posiciones líderes en mercados y categorías altamente atractivas. Nuestro crecimiento rentable se complementó con las contribuciones de las adquisiciones en nuestros negocios industriales y de consumo. Mantuvimos nuestra fuerte disciplina de costos y mejoramos continuamente nuestra eficiencia", dijo el CEO de Henkel, Hans Van Bylen.

* Ajustado por costos / ganancias únicas y cargos por reestructura

** Propuesta para los accionistas en la Asamblea General Anual del 8 de abril de 2019.

Perspectivas para 2019

Como reflejo de un mayor crecimiento en las inversiones en este 2019, Henkel espera un crecimiento orgánico de las ventas de entre 2% y 4% en el año fiscal en curso. Para el margen EBIT ajustado, la compañía espera un rango de 16% a 17% y un crecimiento de EPS ajustado en el rango de porcentaje medio por debajo del año anterior a tasas de tipo de cambio constantes.

Ventas y rendimiento de ganancias 2018

Nominalmente, las **ventas** en el año fiscal 2018 disminuyeron ligeramente en un 0.6% a 19,899 millones de euros. La evolución de la moneda tuvo un efecto negativo global de alrededor de 1,100 millones de euros o -5.4% en ventas. Ajustado por los efectos de tipo de cambio, las ventas crecieron un 4.8%. Las adquisiciones y desinversiones representaron 2.4% de crecimiento de las ventas. **Orgánicamente**, excluyendo el impacto de los efectos del tipo de cambio y las adquisiciones/desinversiones, las ventas mostraron un buen incremento del 2.4%.

La unidad de negocios de **Adhesive Technologies** alcanzó un fuerte crecimiento orgánico de las ventas de 4%. Orgánicamente, las ventas en la unidad de negocios de **Beauty Care** fueron 0.7% por debajo del año anterior. La unidad de negocios **Laundry & Home Care** reportó un buen incremento orgánico en las ventas del 1.9%.

Los **mercados emergentes** volvieron a registrar un fuerte incremento orgánico de las ventas de 6.3%. Los **mercados maduros** registraron un crecimiento orgánico de las ventas ligeramente negativo del 0.4%.

Las ventas aumentaron orgánicamente en todas las regiones. En **Europa Occidental**, las ventas mostraron un desempeño orgánico positivo de 0.3%. En **Europa del Este**, las ventas crecieron orgánicamente un 7.6%. **África/Oriente Medio** registró un crecimiento orgánico de las ventas del 11.3%. Las ventas en **América del Norte** fueron orgánicamente 1% por debajo del nivel del año anterior. Este resultado se debió a las dificultades de entrega en los negocios de consumo a principios del año 2018. El negocio de Adhesive Technologies tuvo un fuerte desempeño y el negocio de Professional Hair Care mostró un crecimiento significativo en esta región. **Latinoamérica** logró un crecimiento orgánico de las ventas del 9.3% (lo anterior, gracias a la significativa contribución de México, que tuvo una facturación anual 2018 superior a los 649 millones de euros, equivalente a más de 11 millones 652 mil de pesos) y en la región de **Asia-Pacífico**, las ventas crecieron orgánicamente en un 0.9%.

El **resultado operativo ajustado** (EBIT) mejoró 1.0% a 3,496 millones de euros, un nuevo récord para Henkel.

El **rendimiento ajustado de las ventas** (margen EBIT) aumentó 0.3 puntos porcentuales a 17.6%. Esto también es un nuevo máximo para la empresa.

El **resultado financiero** ascendió a -65 millones de euros después de -67 millones de euros*** en el ejercicio fiscal 2017.

*** Cifras modificadas del año anterior (principalmente debido a un cambio en las políticas contables de acuerdo con IFRS)

El **ingreso anual ajustado** para el año luego de intereses no controlados, aumentó un 2.8% a 2,604 millones de euros (2017: 2,534 millones de euros).

El **resultado por acción preferente ajustado** (EPS) creció 2.7%, de 5.85 euros a 6.01 euros. Considerando tipos de cambio constantes, el crecimiento del EPS alcanzó el 7%.

El Consejo de Administración, el Consejo de Supervisión y el Comité de Accionistas propondrán a la Asamblea General Anual el 8 de abril de 2019, un **incremento en los dividendos** por acción preferente del 3.4% a 1.85 euros (año anterior: 1.79 euros). El dividendo propuesto por acción ordinaria es de 1.83 euros, un aumento del 3.4% en comparación con el año anterior (1.77 euros). Éste sería el pago de dividendos más alto en la historia de la compañía y equivale a un ratio de pago del 30.9%.

El **capital circulante neto** en porcentaje sobre las ventas, alcanzó el 5.1%, mostrando una buena mejora en el transcurso del año, especialmente en la segunda mitad, casi igualando el nivel del periodo del año anterior (4.8%).

La **posición financiera neta** cerró el año en -2,895 millones de euros (31 de diciembre de 2017: -3,222 millones de euros***). El cambio en comparación al cierre del año anterior se debió principalmente al fuerte desarrollo del flujo de fondos.

Desempeño de las Unidades de Negocios

La unidad de negocios de **Adhesive Technologies** generó un fuerte **crecimiento orgánico de las ventas** del 4% en el año fiscal 2018. En términos nominales, las ventas crecieron 0.2% a 9,403 millones de euros. El **resultado operativo ajustado** creció un 1.6% a 1,761 millones de euros. El rendimiento ajustado de las ventas creció 0.2%, alcanzando el 18.7 por ciento.

El **crecimiento orgánico de las ventas** en la unidad de negocios de **Beauty Care** fue ligeramente negativo, con un -0.7% en el año fiscal 2018. Nominalmente, las ventas crecieron un 2.1% a 3,950 millones de euros. El **resultado operativo ajustado** creció un 1.6% a 675 millones de euros. El rendimiento ajustado de las ventas fue ligeramente inferior al nivel del año anterior, alcanzando el 17.1%.

La unidad de negocios de **Laundry & Home Care** generó un buen **crecimiento orgánico de las ventas** de 1.9% en el año fiscal 2018. Nominalmente, las ventas alcanzaron los 6,419 millones de euros, luego de 6,651 millones de euros en el año anterior. El **resultado operativo ajustado** disminuyó ligeramente un 0.7% a 1,162 millones de euros. El rendimiento ajustado sobre las ventas creció fuertemente en 0.5 puntos porcentuales y alcanzó el 18.1%.

Muy buen progreso en la implementación de la estrategia en 2018

“Perseguimos una estrategia clara a largo plazo para Henkel: queremos generar un crecimiento rentable sostenible. Con Henkel 2020+, definimos nuestras cuatro prioridades estratégicas para el 2020 y más allá: impulsar el crecimiento, acelerar la digitalización, aumentar la agilidad y financiar el crecimiento. En los últimos dos años, hemos progresado muy bien y hemos implementado con éxito iniciativas estratégicas clave”, dijo Hans Van Bylen.

En 2018, Henkel continuó ejecutando una serie de proyectos e iniciativas para impulsar aún más el crecimiento en sus mercados alrededor del mundo. Los intercambios regulares, así como la estrecha colaboración con los **clientes** en las empresas industriales y de consumo de Henkel fueron factores clave para el éxito.

Se prestó especial atención a la **aceleración de los ciclos de innovación** y la reducción de los plazos de innovación para abordar las nuevas tendencias del mercado y las necesidades de los clientes con mayor rapidez. Henkel hizo un gran progreso en la mejora de sus procesos de innovación, lo que resultó en **altos índices de innovación, así como en un incremento de las ventas del primer año** a partir de innovaciones o de las diez principales innovaciones.

Henkel también hizo un gran progreso en la **integración de los negocios adquiridos** y completó varias **nuevas adquisiciones** que fortalecerán la competitividad y complementarán el portafolio de nuestros negocios industriales y de consumo.

Para **capturar nuevas fuentes de crecimiento**, la unidad Corporate Venture Capital de Henkel continuó invirtiendo en nuevas tecnologías, materiales, aplicaciones, modelos de negocios y servicios con inversiones directas en empresas nuevas y en otros fondos de capital de riesgo. Henkel ha planeado invertir unos 150 millones de euros en actividades de riesgo entre 2017 y 2020. A finales de 2018, alrededor de la mitad de esta cantidad ya estaba invertida o comprometida.

Henkel hizo un gran progreso en la **transformación digital** de la empresa. En 2018, las ventas digitales a nivel compañía, aumentaron orgánicamente con tasas de crecimiento de doble dígito, impulsadas por un crecimiento orgánico de más del 30% en nuestros negocios de consumo. Henkel invirtió más en sus Plantas de producción para aprovechar el potencial de la Industria 4.0. Esto permite una dirección optimizada de los sitios y procesos de producción, lo que se traduce en mayor calidad, mayor eficiencia y más sustentable.

Se creó un **Consejo Asesor Digital** con reconocidos expertos de la industria para asesorar al Consejo de Administración sobre el proceso de transformación digital.

Henkel X se lanzó como una plataforma interna y externa para acelerar la transformación digital de Henkel. Para apoyar y consultar a sus empleados que trabajan en proyectos e iniciativas digitales, la compañía también estableció una red de mentores única de alrededor de 150 mentores externos que incluyen fundadores, expertos digitales y líderes de opinión. Esto se complementó con una amplia gama

de actividades internas y externas para mejorar aún más las capacidades digitales y la mejora de la capacitación de toda la organización.

La transformación digital se conecta con la prioridad estratégica de Henkel para **aumentar la agilidad** en toda la organización. En 2018, Henkel continuó fomentando el espíritu empresarial de sus empleados y equipos, fomentó la apertura al cambio, optimizó los flujos de trabajo, apoyó una comunicación más transparente y apuntó a ampliar aún más el espacio individual para la toma de decisiones.

Como parte de su prioridad estratégica para **financiar el crecimiento**, Henkel continuó centrándose en la disciplina y la eficiencia de los costos. En este contexto, la empresa persigue cuatro iniciativas. En 2018, Henkel implementó con éxito su iniciativa ONE!ViEW y Net Revenue Management en toda la empresa, mientras el área de la cadena de suministro global de Henkel (ONE!GSC), así como la optimización continua de las actividades de servicio compartido continuaron contribuyendo a mejorar la eficiencia. Combinadas, se espera que estas iniciativas generen más de 500 millones de euros en **ganancias anuales de eficiencia** a partir de 2020. En 2018, Henkel ya realizó más del 50% de las ganancias de eficiencia totales específicas.

Comprometidos con el crecimiento rentable sostenible a largo plazo

"2018 fue un buen año para Henkel. A pesar de los importantes cambios de la moneda y los crecientes precios de los materiales directos, logramos un buen crecimiento orgánico de las ventas, con fuertes ganancias, rentabilidad y flujo de fondo. Avanzamos muy bien en la implementación de nuestras prioridades estratégicas y mejoramos aún más nuestra competitividad. Estamos convencidos de que Henkel está bien posicionada para el futuro. Tenemos una estrategia clara y perseguimos objetivos ambiciosos. Con el aumento de nuestras inversiones en marcas, tecnologías, innovaciones y digitalización, estamos enfatizando nuestro compromiso de ofrecer un crecimiento rentable y sostenible", resumió Hans Van Bylen.

Acerca de Henkel

Henkel opera a nivel mundial con un portafolio bien equilibrado y diversificado. La compañía ocupa posiciones de liderazgo con sus tres unidades de negocios tanto en negocios industriales como de consumo gracias a sus marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder mundial en el mercado de adhesivos. En los negocios de Laundry & Home Care, así como Beauty Care, Henkel ocupa posiciones de liderazgo en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel cuenta con más de 140 años de éxito. Emplea a alrededor de 53,000 personas en todo el mundo, un equipo apasionado y muy diverso, unido por una sólida cultura empresarial, un propósito común para crear valor sustentable y valores compartidos. Como líder reconocido en sustentabilidad, Henkel ocupa los primeros puestos en muchos índices y clasificaciones internacionales. Las acciones preferentes de Henkel están listadas en el índice bursátil alemán DAX. Para obtener más información, visite www.henkel.com.

Acerca de Henkel en México

Henkel tiene 60 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; así como Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies), Beauty Care (conformada por el área de Consumo y Profesional) y Laundry & Home Care. Henkel en México, cuenta con más de 3,400 empleados, distribuidos entre su oficina corporativa en Interlomas, su Planta en Monterrey y Salamanca, así como tres en Toluca y Guadalajara, además de sus Centros de Distribución en Toluca 2000, Tlalnepantla y Guadalajara, así como un Centro Especializado en Vallejo. Henkel en México reportó ventas en 2018 superiores a 11 millones 652 mil de pesos.

Esta información 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.

Contactos

Henkel en México:

Contacto: Cristina Jiménez

Teléfono: 3300-3000

E-mail: cristina.jimenez@henkel.com

Contacto: Cynthia Rios

Teléfono: 3300-3000

E-mail: cynthia.rios@henkel.com

Burson Cohn & Wolfe:

Contacto: Sara Alonso

Teléfono: 5351-6563

E-mail: sara.alonso@bcw-global.com

Contacto: Sebastián Villafañet

Teléfono: 5351-6510

E-mail: sebastian.villafanet@bcw-global.com