

Comunicado de Prensa

04 de marzo de 2015

Buena evolución comercial en un entorno difícil

Henkel alcanza los objetivos financieros para el ejercicio 2014

La compañía registró un incremento orgánico de las ventas del 3.4% a 16,428 millones euros y cerró el ejercicio con un margen de EBIT del 15.8%, con contribución de todas sus áreas de negocios. Las ventas en Latinoamérica crecieron orgánicamente un 4.4%, registrando 1,029 millones de euros.

Düsseldorf – “2014 fue un año satisfactorio para Henkel. Hemos logrado nuestros objetivos financieros en un entorno difícil y de intensa competencia, al tiempo que hemos hecho grandes avances en la implementación de nuestra estrategia hasta 2016”, comentó Kasper Rorsted, Presidente del Consejo de Dirección.

Las **ventas** en el ejercicio 2014 fueron de 16,428 millones de euros, una cifra ligeramente superior a la del año anterior. Sin los efectos negativos del tipo de cambio de divisas del 4%, las ventas crecieron un 4.4%. **Orgánicamente**, es decir, una vez ajustados los efectos del cambio de moneda y adquisiciones/desinversiones, las ventas mostraron una buena evolución, con un 3.4%.

Todas las divisiones lograron un buen crecimiento orgánico de las ventas y aumentaron su participación de mercado en los segmentos relevantes. La división **Laundry & Home Care** logró un incremento orgánico de las ventas del 4.6%. En la división **Beauty Care** las ventas aumentaron orgánicamente un 2% y la división **Adhesive Technologies** logró un crecimiento orgánico del 3.7%.

El **resultado operativo ajustado (EBIT)** de ingresos únicos, gastos únicos y gastos de reestructuración aumentó un 2.9% de 2,516 millones de euros a 2,588 millones. Las tres divisiones contribuyeron a esta evolución positiva. El resultado operativo informado (EBIT) fue de 2,244 millones de euros, después de los 2,285 millones de euros en el año anterior. El **rendimiento de las ventas ajustado** (margen EBIT) aumentó un 0.4% del 15.4% al 15.8%. El rendimiento informado de las ventas fue del 13.7%, frente al 14% del año anterior.

El **resultado financiero** mejoró en 64 millones de euros a -49 millones de euros. Esto se debe, principalmente, a un mejor resultado neto de intereses. Éste aumentó, entre otras cosas, se debió a la amortización de nuestros Bonos Senior en junio de

2013 y en marzo de 2014, así como debido a las fijaciones de intereses caducadas en marzo de 2014. La **tasa efectiva para efectos fiscales** fue del 24.3% frente al 25.2% del año anterior.

El **ingreso anual ajustado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, aumentó frente al año anterior un 7.5%, de 1,764 millones a 1,896 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. El ingreso anual aumentó un 2.3% de 1,625 millones a 1,662 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 34 millones de euros, el ingreso anual se situó en 1,628 millones de euros (año anterior: 1,589 millones de euros). El **resultado por acción preferente ajustado** (EPS) aumentó un 7.6% de 4.07 a 4.38 euros. Según lo informado, aumentó de 3.67 a 3.76 euros.

El Consejo de Dirección, el Consejo de Supervisión y la Comisión de Accionistas propondrán a la Junta General un aumento de los **dividendos** por acción preferente del 7.4% a 1.31 euros (año anterior: 1.22 euros) y un aumento de los dividendos por acción ordinaria del 7.5% a 1.29 Euros (año anterior: 1.20 euros). De este modo, la cuota de distribución sería, como en el año anterior, del 30%.

A pesar de los efectos negativos de los tipos de cambio y las adquisiciones, el **capital circulante neto** en porcentaje de las ventas estuvo de nuevo a un bajo nivel, pero con un 4.2% fue un 1.9% superior al valor del año anterior.

La **posición financiera neta** ascendió al 31 de diciembre de 2014 a -153 millones de euros (31 de diciembre de 2013: 959 millones). Las causas del retroceso fueron básicamente los pagos de compras de empresas y los dividendos pagados. Asimismo, las **inversiones** aumentaron un 19% aprox. de 436 millones de euros a 517 millones, respecto al mismo trimestre del año anterior. Las inversiones en los mercados emergentes se incrementaron un 30%. Esto llevó en el ejercicio 2014 a una distribución equilibrada de las inversiones entre los mercados maduros y los mercados en crecimiento.

En la región de **Latinoamérica**, con 1,029 millones de euros de ventas, se mantuvieron por debajo del año anterior debido a los efectos de tipo de cambio. Por el contrario, orgánicamente, las ventas aumentaron 4.4%. Contribuyó a ello, especialmente, la evolución del negocio en **México**, país donde Henkel está presente desde hace más de 55 años a través de las 3 áreas de negocio, y se tuvo una facturación anual superior a los 448 millones de euros (equivalente a más de 7,925 millones de pesos).

Las ventas en los **mercados emergentes** de Europa del Este, África/Medio Oriente, Latinoamérica y Asia (sin Japón), debido a los efectos negativos del tipo de cambio,

fue de 7,249 millones de euros, una cifra solo ligeramente superior a la del año anterior. Por el contrario, orgánicamente, las ventas aumentaron un muy importante 7.8%. De este modo, las regiones emergentes volvieron a realizar una contribución decisiva al crecimiento orgánico de las ventas del grupo. La cuota de ventas de los mercados emergentes se mantuvo constante con un 44%.

Respecto al ejercicio 2015, Kasper Rorsted comentó: *“El entorno económico se mantiene difícil y muy volátil. Debido al conflicto permanente entre Rusia y Ucrania, esperamos un estancamiento en Europa del Este y el incremento de la presión sobre la economía y la moneda rusa. También seguiremos adaptando nuestros procesos y estructuras, al tiempo que seremos más flexibles y eficientes. Además, seguimos trabajando con perseverancia en la implementación de nuestra estrategia para alcanzar los objetivos financieros que nos hemos marcado para 2016”.*

“Para el ejercicio 2015 esperamos un crecimiento orgánico de las ventas entre el 3 y el 5%. Para el margen EBIT ajustado calculamos un aumento de un 16% aprox. y para el resultado ajustado por acción preferente un crecimiento del 10% aprox.”, resumió Rorsted sobre los objetivos financieros para 2015.

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.

Encontrará el informe comercial de 2014 y otras informaciones con material para descargar del ejercicio 2014 en nuestro dossier de prensa en Internet:

<http://corporatereport.henkel.com/>

Encontrará también información actual relacionada con la publicación de las cifras comerciales en la nueva área IR de la Henkel App para iPads. Así como los informes financieros más recientes, todos los informes comerciales y trimestrales, presentaciones y mucha más información de la empresa.

<https://itunes.apple.com/de/app/henkel/id580146237?mt=8>

Acerca de Henkel

Henkel opera a nivel mundial con marcas y tecnologías líderes en tres áreas de negocio: Laundry & Home Care, Beauty Care y Adhesive Technologies. Fundada en 1876, Henkel mantiene posiciones líderes en el mercado global, tanto en los sectores de consumo como industriales, con marcas reconocidas como Persil, Schwarzkopf y Loctite. Henkel emplea a alrededor de 50,000 personas y

reportó ventas de 16,428 millones de euros y un resultado operativo ajustado de 2,588 millones de euros en el año fiscal 2014. Las acciones preferentes de Henkel se cotizan en el índice bursátil alemán DAX.

Acerca de Henkel en México

Henkel tiene más de 55 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Laundry & Home Care, Beauty Care (conformada por el área de Consumo y Profesional) y Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; así como Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies). Henkel en México, cuenta con más de 1,350 empleados, distribuidos entre sus oficinas corporativas en Interlomas, sus Plantas en Ecatepec, dos en Toluca, Monterrey y Salamanca, así como sus Centros de Distribución de Toluca 2000 y Vallejo. Henkel en México reportó ventas en el 2014 superiores a 7,925 millones de pesos.

Contactos

Henkel en México:

Contacto Cynthia Rios
Teléfono 3300 3377
E-mail cynthia.rios@henkel.com

Contacto Cristina Jiménez
Teléfono 3300 3376
E-mail cristina.jimenez@henkel.com

Burson-Marsteller:

Contacto Marisol de la Maza
Teléfono 5351 6571
E-mail marisol.delamaza@bm.com

Contacto Daniela Mirassou
Teléfono 5351 6525
E-mail daniela.mirassou@bm.com