

Información de prensa

4 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 EBIT depurado del 15,8%, con contribución de todas sus áreas de negocios. Las ventas en Latinoamérica crecieron orgánicamente un 4,4% a 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 implantación 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 cambio de moneda del 4,0% las ventas crecieron un 4,4%. **Orgánicamente**, es decir, una vez depurados los efectos del tipo de cambio 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 sus cuotas en los mercados 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 2,0% y la división **Adhesive Technologies** logró un crecimiento orgánico del 3,7%.

El **beneficio operativo depurado (EBIT)** de ingresos únicos, gastos únicos y gastos de reestructuración aumentó un 2,9% de 2.516 millones de Euros a 2.588 millones de euros. Las tres divisiones contribuyeron a esta evolución positiva. El beneficio operativo informado (EBIT) fue de 2.244 millones de euros, después de los 2.285 millones de euros en el año anterior. El **rendimiento depurado de las ventas** (margen EBIT) aumentó un 0,4% del 15,4% al 15,8%. El rendimiento informado de las ventas fue del 13,7%, frente al 14,0% del año anterior.

El **resultado financiero** mejoró en 64 millones de euros a -49 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. Esto se debe, principalmente, a un mejor resultado neto de intereses. Éste aumentó, entre otras cosas, debido 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 **cuota fiscal** fue del 24,3% frente al 25,2% del año anterior.

El **superávit anual depurado**, después de deducir las participaciones no mayoritarias, aumentó frente al año anterior un 7,5%, de 1.764 millones a de Euros a 1.896 millones de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. El superávit anual aumentó un 2,3% de 1.625 millones de Euros a 1.662 millones de euros. Después de deducir las participaciones no mayoritarias en un importe de 34 millones de euros, el superávit anual se situó en 1.628 millones de euros (año anterior: 1.589 millones de euros). El **resultado por acción preferente depurado** (EPS) aumentó un 7,6% de 4,07 Euros a 4,38 Euros. Según lo informado, aumentó de 3,67 Euros 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 30,0%.

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 de euros). 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 de euros, respecto al mismo trimestre del año anterior. Las inversiones en los mercados de crecimiento 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 **Latinoamérica**, con 1.029 millones de Euros, las ventas se mantuvieron por debajo del año anterior debido a la moneda. Por el contrario, orgánicamente, las ventas aumentaron un 4,4%. Puntualmente en Chile, donde Henkel está presente desde 1985 a través del área de Adhesive Technologies, la facturación anual estuvo alrededor de los 48 millones de euros (equivalente a más de 36 mil millones de pesos chilenos).

Las ventas en los **mercados de crecimiento** de Europa del Este, África/Oriente Próximo, Latinoamérica y Asia (sin Japón), debido a los efectos negativos de la moneda, 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 de crecimiento volvieron a realizar una

contribución decisiva al crecimiento orgánico de las ventas del grupo. La cuota de ventas de los mercados de crecimiento se mantuvo constante con un 44%.

Respecto al ejercicio 2015, 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 rusas. También seguiremos adaptando nuestros procesos y estructuras, al tiempo que seremos más flexibles y eficientes. Además, seguimos trabajando con perseverancia en la implantación 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 depurado calculamos un aumento de un 16% aprox. y para el resultado depurado por acción preferente un crecimiento del 10% aprox.”, resumió Rorsted 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. Aquí encontrará siempre los informes financieros más recientes, todos los informes comerciales y trimestrales, presentaciones y muchas otras informaciones de la empresa.

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