



News Release

21 de fevereiro de 2019

Henkel apresenta um crescimento positivo em 2018

Henkel alcança um bom crescimento orgânico nas vendas com fortes ganhos, rentabilidade e *cash flow*

- Vendas de 19,9 mil milhões de euros: impactadas pelos efeitos cambiais negativos de 1,1 mil milhões de euros; crescimento orgânico +2,4%
- Aumento do lucro operacional (EBIT)¹: +1,0% para 3.496 milhões de euros
- Melhoria da margem EBIT¹: +30 pontos base para 17,6%
- Resultados por ação preferencial (EPS)¹: +2,7% para 6,01 euros, em taxas de câmbio constantes de +7%
- Forte expansão do free *cash flow*: +12,7% para 1.917 milhões de euros
- Pagamento de dividendos²: +3,4% para 1,85 euros por ação preferencial
- Bom progresso na implementação das prioridades estratégicas
- Iniciativas de crescimento reforçam o compromisso com um crescimento rentável

Düsseldorf – “Em 2018, continuámos a gerar um crescimento positivo para a Henkel. Conseguimos um bom crescimento orgânico com novos máximos de ganhos e lucratividade. Também aumentámos significativamente o free cash flow. Ao mesmo tempo, enfrentámos efeitos cambiais negativos substanciais, bem como o aumento do preço dos materiais. O bom desempenho geral dos negócios foi uma vez mais impulsionado pelas nossas marcas de sucesso e

¹ Ajustado para despesas / ganhos únicos e despesas de reestruturação

² Proposta aos acionistas para a Assembleia Geral Anual a 8 de abril de 2019



tecnologias inovadoras com posições de liderança em mercados e categorias altamente atraentes. O nosso crescimento lucrativo foi complementado pela contribuição das aquisições nos nossos negócios industriais e de bens de consumo. Mantivemos a nossa forte disciplina de custos e melhoramos continuamente a nossa eficiência”, refere Hans Van Bylen, CEO da Henkel.

“Fizemos progressos substanciais na execução das nossas prioridades estratégicas até 2020 e mais além. Implementámos com sucesso as principais iniciativas estratégicas e melhorámos ainda mais a nossa competitividade. Para alcançar oportunidades adicionais de crescimento, principalmente nos nossos negócios de bens de consumo, e para acelerar ainda mais a transformação digital da nossa empresa, anunciámos em janeiro que vamos aumentar os investimentos em cerca de 300 milhões de euros anualmente a partir de 2019”, disse Hans Van Bylen. “A nossa ambição financeira a médio e longo prazo enfatiza o nosso compromisso de proporcionar um crescimento lucrativo sustentável e retornos atrativos.”

Perspetivas para 2019

Refletindo os maiores investimentos em crescimento a partir de 2019, a Henkel espera um crescimento nas vendas orgânicas entre 2 a 4% no ano fiscal atual. Para a margem EBIT ajustada, a Henkel espera um intervalo de 16 a 17% e um desenvolvimento do lucro ajustado por ação preferencial na faixa média de um dígito, abaixo do ano anterior, em taxas de câmbio constantes.

Vendas e desempenho dos lucros em 2018

Nominalmente, as **vendas** no ano fiscal de 2018 diminuíram ligeiramente em 0,6% para 19.899 milhões de euros. A evolução da moeda teve um efeito global negativo de cerca de 1,1 mil milhões de euros ou -5,4% sobre as vendas. Ajustadas pelos efeitos cambiais, as vendas cresceram 4,8%. As aquisições e os desinvestimentos representaram 2,4% do crescimento das vendas. As vendas **orgânicas**, que excluem o impacto dos efeitos cambiais e das aquisições/desinvestimentos, mostraram um bom aumento de 2,4%.

A unidade de negócios de **Adhesive Technologies** apresentou um forte aumento orgânico nas vendas de 4,0%. Organicamente, as vendas da unidade de negócios de **Beauty Care** ficaram 0,7% abaixo do ano anterior. A unidade de negócio de **Laundry & Home Care** reportou um bom aumento nas vendas orgânicas de 1,9%.

Os **mercados emergentes** registaram novamente um forte aumento nas vendas orgânicas de 6,3%. Os **mercados maduros** registaram um desempenho nas vendas orgânicas ligeiramente negativo de -0,4%.

As vendas aumentaram organicamente em todas as regiões, à exceção da América do Norte. Na **Europa Ocidental**, as vendas mostraram um desenvolvimento orgânico positivo de 0,3%. Na **Europa Oriental**, as vendas cresceram organicamente em 7,6%. Na **África/Médio Oriente** registou-se um crescimento orgânico de vendas de 11,3%. As vendas na **América do Norte** estiveram organicamente 1,0% abaixo do nível do ano anterior. Este desenvolvimento deveu-se às dificuldades de entrega nos negócios de bens de consumo norte-americanos da Henkel no início do ano de 2018. A unidade de negócios de Adhesive Technologies apresentou um forte desempenho e a unidade de negócio de Professional Hair Care mostrou um crescimento significativo nesta região. A **América Latina** alcançou um crescimento orgânico nas vendas de 9,3% e, na região **Ásia-Pacífico**, as vendas cresceram organicamente 0,9%.

O **lucro operacional ajustado (EBIT)** melhorou em 1,0%, de 3.496 milhões de euros, um novo recorde para a Henkel.

O **retorno ajustado das vendas (margem EBIT)** aumentou 0,3%, para 17,6%. Este é também um novo recorde para a empresa.

O **resultado financeiro** totalizou -65 milhões de euros depois de -67 milhões de euros³ em 2017.

³ Dados do ano anterior alterados (principalmente devido a uma mudança nas políticas contabilísticas de acordo com o IFRS)

O **lucro líquido ajustado** para o ano, após fatores não controláveis, aumentou 2,8% para 2.604 milhões de euros (2017: 2.534 milhões de euros).

O **lucro por ação preferencial ajustado** (EPS) cresceu 2,7%, de 5,85 euros para 6,01 euros. Em taxas de câmbio constantes, o crescimento EPS atingiu 7%.

O Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e o Comité de Acionistas vão propor à Assembleia Geral Anual, no dia 8 de abril de 2019, o aumento do **dividendo** por ação preferencial de 3,4% para 1,85 euros (ano anterior: 1,79 euros). O dividendo proposto por ação ordinária é de 1,83 euros, um aumento de 3,4% em relação ao ano anterior (1,77 euros). Esse seria o maior pagamento de dividendos na história da empresa e equivale a uma taxa de pagamento de 30,9%.

O **capital de giro líquido** como percentual de vendas atingiu 5,1%, mostrando uma boa melhoria ao longo do ano, especialmente no segundo semestre, quase igual ao mesmo nível do período do ano anterior (4,8%).

A **posição financeira líquida** encerrou o ano em -2,895 milhões de euros (31 de dezembro de 2017: - 3.222 milhões de euros³). A mudança em relação ao final do ano anterior deveu-se principalmente ao forte desenvolvimento do *free cash flow*.

Desempenho das unidades de negócio

A unidade de negócio de **Adhesive Technologies** gerou um forte **crescimento de vendas orgânicas** de 4,0% em 2018. Nominalmente, as vendas cresceram 0,2% para 9.403 milhões de euros. O **lucro operacional ajustado** aumentou 1,6% para 1.761 milhões de euros. O retorno ajustado das vendas cresceu 0,2%, atingindo 18,7%.

O **desenvolvimento das vendas orgânicas** na unidade de negócio de **Beauty Care** foi ligeiramente negativo em -0,7% no ano fiscal de 2018. Nominalmente, as vendas cresceram 2,1% para 3.950 mil milhões de euros. O **lucro operacional**

³ Dados do ano anterior alterados (principalmente devido a uma mudança nas políticas contabilísticas de acordo com o IFRS)

ajustado cresceu 1,6%, para 675 milhões de euros. O retorno ajustado das vendas ficou ligeiramente abaixo do nível do ano anterior, atingindo 17,1%.

A unidade de negócio **Laundry & Home Care** gerou um bom **crescimento de vendas orgânicas** de 1,9% no ano fiscal de 2018. Nominalmente, as vendas atingiram 6.419 milhões de euros, depois de 6.651 milhões de euros no ano anterior. O **lucro operacional ajustado** diminuiu ligeiramente em 0,7% para 1.162 milhões de euros. O retorno ajustado sobre as vendas cresceu fortemente em 0,5% e atingiu 18,1%.

Bom progresso na implementação da estratégia em 2018

“Nós procuramos uma estratégia clara e a longo prazo para a Henkel: queremos gerar um crescimento rentável sustentável. Com a Henkel 2020+, definimos as nossas quatro prioridades estratégicas para 2020 e mais além: impulsionar o crescimento, acelerar a digitalização, aumentar a agilidade e financiar o crescimento. Nos últimos dois anos, fizemos um excelente progresso e implementámos com sucessos as principais iniciativas estratégicas”, refere Hans Van Bylen.

Em 2018, a Henkel continuou a executar uma série de projetos e iniciativas para impulsionar ainda mais o crescimento nos seus mercados em todo o mundo. O profundo intercâmbio regular, bem como a estreita colaboração com os **clientes** nos negócios industriais e de consumo da Henkel foram fatores chave para o sucesso.

Foi colocado especial foco na **aceleração dos ciclos de inovação** e na redução dos prazos de inovação para abordar as novas tendências de mercado e as necessidades dos clientes mais rapidamente. A Henkel fez um bom progresso na melhoria dos seus processos de inovação, resultando em **elevadas taxas de inovação, bem como no aumento das vendas do primeiro ano** a partir de inovações ou das dez principais inovações.

A Henkel avançou também na **integração dos negócios adquiridos** e concluiu várias novas **aquisições** que fortalecerão a competitividade e complementarão o portfólio nos negócios industriais e de consumo.

Para **captar novas fontes de crescimento**, a unidade Henkel Corporate Venture Capital manteve o investimento em novas tecnologias, materiais, aplicações, modelos de negócios e serviços, com investimentos diretos em *start-ups*, bem como em outros fundos de capital de risco. A Henkel planeia investir cerca de 150 milhões de euros em atividades de risco, entre 2017 e 2020. Até ao final de 2018, cerca de metade desse valor já foi investido ou comprometido.

A Henkel fez um bom progresso na **transformação digital** da empresa. Em 2018, as vendas digitais do grupo aumentaram organicamente com uma taxa de crescimento de dois dígitos, impulsionadas pelo crescimento orgânico de mais de 30% dos nossos negócios de bens de consumo. A Henkel investiu ainda mais nas suas instalações de produção para alavancar o potencial da Indústria 4.0. Isso permite uma direção otimizada das fábricas de produção e dos processos de produção, resultando em mais qualidade, maior eficiência e mais sustentabilidade.

Foi criado um **Digital Advisory Board** com especialistas renomados do setor para assessorar o Conselho de Administração no processo de transformação digital.

Foi lançado o **Henkel X** como uma plataforma interna e externa para acelerar a transformação digital da Henkel. Para apoiar e consultar os funcionários que trabalham em projetos e iniciativas digitais, a Henkel estabeleceu também uma rede de orientação de cerca de 150 mentores externos, que incluem fundadores, especialistas digitais e líderes de opinião. Isto foi complementado por uma ampla gama de atividades internas e externas para aumentar ainda mais as capacidades digitais e a melhoria de qualificação de toda a organização.

A transformação digital alia-se à prioridade estratégica da Henkel para **aumentar a agilidade** em toda a organização. Em 2018, a Henkel continuou a promover o

espírito empreendedor dos seus funcionários e equipas, incentivou a abertura à mudança, otimizou os fluxos de trabalho, apoiou uma comunicação mais transparente e visou expandir ainda mais o espaço individual para a tomada de decisões.

Como parte da sua prioridade estratégica para **financiar o crescimento**, a Henkel continuou a concentrar-se na disciplina e eficiência de custos. Neste contexto, a empresa desenvolveu quatro iniciativas. Em 2018, a Henkel implementou com sucesso as suas iniciativas ONE! ViEW e Net Revenue Management em toda a empresa, enquanto organização global integrada de cadeia de abastecimento da Henkel (ONE! GSC), bem como a contínua otimização das atividades de serviços compartilhados continuaram a contribuir para a melhoria na eficiência. Combinadas, essas atividades, deverão render mais de 500 milhões de euros em **ganhos anuais de eficiência** a partir de 2020. Em 2018, a Henkel alcançou mais de 50% dos ganhos totais de eficiência visados.

Compromisso com um crescimento rentável sustentável a longo prazo

“2018 foi um bom ano para a Henkel. Apesar dos significativos ventos contrários e do aumento do preço dos materiais diretos, obtivemos um bom aumento das vendas orgânicas, com fortes ganhos, lucratividade e *cash flow*. Fizemos um ótimo progresso na implementação das nossas prioridades estratégicas e melhorámos ainda mais a nossa competitividade. Estamos convencidos de que a Henkel está bem posicionada para o futuro. Temos uma estratégia clara e perseguimos metas ambiciosas. Com os nossos crescentes investimentos em marcas, tecnologias, inovações e digitalização, estamos enfatizando o nosso compromisso de alcançar um crescimento rentável sustentável”, resumiu Hans Van Bylen.

Sobre a Henkel

A Henkel opera globalmente com um portefólio bem equilibrado e diversificado. A empresa detém posições de liderança com as suas três unidades de negócios, tanto na área da indústria como no grande consumo, graças à força das marcas, inovações e tecnologias. A Henkel Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos em todos os segmentos da indústria. Nos seus negócios de Laundry & Home Care e Beauty Care, a Henkel ocupa posições de liderança em muitos mercados e categorias em todo o mundo. Fundada em 1876, a

Henkel faz uma retrospectiva a mais de 140 anos de sucesso. Em 2018, a Henkel atingiu um volume de vendas de 20.000 milhões de euros e um lucro operacional depurado de cerca de 3.500 milhões de euros. A Henkel emprega cerca de 53.000 pessoas em todo o mundo - uma equipa apaixonada, altamente diversificada e unida por uma forte cultura corporativa, um objetivo comum de criar valor sustentável e valores partilhados. Como líder reconhecida em sustentabilidade, a Henkel ocupa posições de destaque em muitos índices e classificações internacionais. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice alemão de ações DAX. Para obter mais informações visite: www.henkel.com.

Este documento contém declarações prospetivas baseadas nas estimativas e premissas atuais feitas pela Administração Corporativa da Henkel AG & Co. KGaA. Declarações prospetivas são caracterizadas pelo uso de palavras como esperar, pretender, planejar, prever, assumir, acreditar, estimar, antecipar e formulações semelhantes. Estas expressões não devem ser entendidas, de forma alguma, como garantias de que essas expectativas se tornarão realidade. O desempenho futuro e os resultados realmente alcançados pela Henkel AG & Co. KGaA e suas empresas afiliadas dependem de uma série de riscos e incertezas e podem, portanto, diferir das declarações prospetivas efetuadas. Muitos destes fatores estão fora do controlo da Henkel e não podem ser precisamente estimados com antecedência, como a conjuntura económica futura e as ações dos concorrentes e outros envolvidos no mercado. A Henkel não planeia nem se compromete a atualizar as declarações de prospecção.

Para mais informações:

Contacto: Lúcia Espanhol / André Gerson (Media Consulting)

Tlf: +351 910 960 222 / +351 912 293 131

Email: lucia.espanhol@mediaconsulting.pt / andre.gerson@mediaconsulting.pt

A declaração de resultados do segundo trimestre de 2018 e outras informações como material para download, bem como o link para a transmissão da teleconferência, podem ser encontrados online em:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir