

COMUNICADO DE PRENSA

Clichy, 9 de febrero, 2022 a las 6.30 p.m.

Resultados anuales 2021

UN AÑO HISTÓRICO: +16.1% DE CRECIMIENTO¹,

EL DOBLE DE CRECIMIENTO DEL MERCADO DE BELLEZA

FUERTE AUMENTO EN LAS GANANCIAS

- **Ventas: 32.28 mil millones de euros**
 - +16.1 % en la comparación entre iguales ¹
 - +16.9 % en tipos de cambio constantes
 - +15.3 % según las cifras reportadas
- **Crecimiento en ventas en comparación con el 2019: +11.3 % en la comparación entre iguales**
- **Ganancias operativas récord: 6.16 mil millones de euros, 19.1 % de ventas**
- **Utilidades por acción ²: 8.82 euros, un aumento de +20.9 %**
- **Dividendos ³: 4.80 euros, un aumento de +20 %**

El consejo directivo de L'Oréal se reunió el 9 de febrero de 2022 bajo la dirección de Jean-Paul Agon y en presencia de los auditores externos. El consejo cerró los estados financieros consolidados y los estados financieros para el 2021.

Al comentar acerca de las cifras, Nicolas Hieronimus, Director general de L'Oréal, dijo:

"2021 fue un año histórico para L'Oréal. Gracias a la experiencia, la pasión y el compromiso de nuestros 85,400 empleados alrededor del mundo, el grupo alcanzó un crecimiento récord de +16.1 %¹, el doble que el mercado mundial de productos de belleza. L'Oréal ganó una participación de mercado en todas las zonas, divisiones y categorías. En dos años el grupo logró un crecimiento de +11.3 % en la comparación entre iguales, superando de forma espectacular a un mercado que casi ha vuelto a los niveles de 2019.

En 2021 todos los astros se alinearon para este desempeño histórico.

En términos de zonas, Norteamérica tuvo una gran recuperación y se unió al norte de Asia como el principal contribuyente para el crecimiento. En Europa, impulsada por la reorganización de la zona, L'Oréal alcanzó ganancias significativas de participación en el mercado y observó un retorno a los niveles del 2019. Con una situación de salud pública extremadamente volátil en SAPMENA-SSA ⁴ y en Latinoamérica, L'Oréal demostró agilidad y tuvo un desempeño sólido.

L'Oréal Luxe se convirtió en la división más grande del grupo con un éxito notable de las fragancias mientras que la división de productos de consumo, la división con el mayor volumen, fortaleció su posición con un notable desempeño del maquillaje. La división de rápido crecimiento de productos para profesionales continuó con su transformación de gran alcance y se volvió verdaderamente omnicanal. Con un portafolio de marcas que coinciden perfectamente con las aspiraciones de salud de

¹ Comparación entre iguales: con base en estructuras comparables y tipos de cambio idénticos.

² Utilidades diluidas por acción, con base en las ganancias netas, excluyendo partidas no recurrentes, después de intereses minoritarios.

³ Propuesto en la Junta general anual del 21 de abril del 2022.

⁴ SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

los clientes, la división de cosmética activa también consiguió un crecimiento espectacular duplicándose en cuatro años.

<http://www.loreal-finance.com/>



C1 - Internal use

En 2021 ampliamos de nuevo nuestro liderazgo digital: el comercio electrónico ⁵ creció +25.7 %⁶, y representó 28.9 % de las ventas. Hemos podido aprovechar las oportunidades que ofrecen los nuevos canales digitales. Al mismo tiempo, continuamos digitalizando puntos de venta como parte de una estrategia integrada omnicanal.

También continuamos con nuestra transformación Beauty Tech invirtiendo en datos y en inteligencia artificial y mediante el establecimiento de asociaciones estratégicas, tal como nuestra alianza con Verily, para comprender mejor y caracterizar los mecanismos de envejecimiento de la piel y del cabello.

El crecimiento excepcional de L'Oréal, impulsado por innovaciones superiores, así como un control de costos riguroso, nos ha permitido invertir mucho en nuestras marcas y aumentar su atractivo al tiempo que obtenemos ganancias operativas récord y un margen de operaciones de hasta 50 puntos básicos.

También nos enorgullece nuestro desempeño social y ambiental, el cual refleja nuestra ambición de crecer de forma responsable y compartir el valor con todos nuestros accionistas. Primero que nada con nuestros empleados, a quienes asociamos con estos resultados excepcionales mediante una redistribución récord de los esquemas de participación de utilidades. Además, para promover el empleo entre los jóvenes, el año pasado ofrecimos más de 18,300 oportunidades de empleo a jóvenes menores de 30 como parte de nuestro nuevo programa global "L'Oréal For Youth" que tiene un objetivo ambicioso de 25,000 oportunidades por año de 2022 a 2025. Nuestros esfuerzos por apoyar la paridad de género también fueron reconocidos por el Índice Bloomberg de igualdad de género. Además, L'Oréal USA, nuestra mayor subsidiaria, logró una neutralidad de carbono en todos sus sitios en 2021, unos cuatro años antes de nuestros compromisos de L'Oréal for the Future. L'Oréal es la única compañía del mundo que ha obtenido una puntuación AAA de CDP durante seis años consecutivos por su liderazgo ambiental en el combate contra el cambio climático, la protección de los bosques y para garantizar la seguridad del agua.

El final del año estuvo marcado por una transacción estratégica que consistió en la readquisición por parte de L'Oréal de 4 % de sus propias acciones que estaban en poder de Nestlé, lo que fortalece nuestra estructura de accionistas, un activo clave en el éxito a largo plazo del grupo.

En un contexto global que continúa siendo volátil al inicio del año, tenemos confianza en nuestra capacidad para superar al mercado en 2022 y lograr otro año de crecimiento tanto en ventas como en ganancias".

Junta general anual que se llevará a cabo el 21 de abril de 2022

La junta general anual se llevará a cabo el 21 de abril de 2022 a las 10:00 a.m. Se invitará a los accionistas a través de los canales habituales. En la junta se tomarán en cuenta los desarrollos más recientes en las condiciones de salud pública actualmente cambiantes.

Se aconseja a los accionistas a que revisen regularmente la sección de la "Junta general anual" en el sitio web de loreal-finance.com para las actualizaciones sobre la junta general anual.

Composición del consejo directivo y sus comités

En su junta del 9 de febrero de 2022, el Consejo directivo decidió proponer en la Junta general anual del 21 de abril de 2022 la renovación de la permanencia en el cargo como director del Sr. Jean-Paul Agon, del Sr. Patrice Caine y de la Srita. Belén Garijo durante un periodo de cuatro años.

Si en la junta general anual se aprueba la renovación de la permanencia como director del Sr. Argon, en la junta del consejo directivo que se lleva a cabo después de esta junta se le pedirá al consejo que se mantenga que lo vuelva a nombrar en su capacidad de presidente del consejo directivo.

Si en la junta general anual se aprueban las resoluciones propuestas, el consejo directivo continuará estando compuesto por 16 directores, es decir, 14 directores nombrados por el consejo y dos directores que representen a los empleados.

El equilibrio en términos de independencia y diversidad continuarán sin cambios:

- Siete directores independientes de los 14 directores que se nombran en la Junta general anual, es decir, 50 %.
- Siete mujeres y siete hombres de los 14 directores que se nombran en la Junta general anual, es decir, paridad al 50 %.

⁵ Ventas en los sitios web propios de nuestras marcas + ventas estimadas de nuestras marcas a través de los sitios web de vendedores minoristas (datos no auditados).

⁶ Comparación entre iguales: con base en estructuras comparables y tipos de cambio idénticos.

VENTAS DEL 2021

En comparación entre iguales, es decir, con base en una estructura comparable y tipo de cambio idénticos, el crecimiento en las ventas del grupo L'Oréal fueron de +16.1 %.

El impacto neto de las variaciones en el perímetro de la consolidación fue de +0.8 %.

El crecimiento a tipo de cambio constante fue de 16.9 %.

Al final de 2021, **las fluctuaciones monetarias** tuvieron un impacto negativo del -1.6 %.

Con base en las cifras que se reportan, las ventas del grupo hasta el 31 de diciembre de 2021 ascendieron a 32.28 mil millones de euros, un aumento del +15.3 %.

Ventas por división y zona geográfica

	4 ^{to} trimestre del 2021			Al 31 de diciembre de 2021		
	€m	Crecimiento		€m	Crecimiento	
		Comparación entre iguales	Reportado		Comparación entre iguales	Reportado
<u>Por división</u>						
Productos para profesionales	1,059.6	+15.5 %	+18.5 %	3,783.9	+24.8 %	+22.2 %
Productos de consumo	3,290.5	+6.5 %	+10.0 %	12,233.5	+5.6 %	+4.5 %
L'Oréal Luxe	3,753.9	+11.4 %	+16.5 %	12,346.2	+20.9 %	+21.3 %
Cosmética activa	990.3	+24.0 %	+28.4 %	3,924.0	+31.8 %	+30.3 %
Total del grupo	9,094.4	+11.2 %	+15.4 %	32,287.6	+16.1 %	+15.3 %
<u>Por zona geográfica</u>						
Europa	2,759.8	+9.5 %	+11.5 %	10,184.8	+10.1 %	+10.7 %
Norteamérica	2,179.3	+19.6 %	+25.1 %	8,155.9	+22.2 %	+18.1 %
Norte de Asia	3,026.6	+7.3 %	+12.9 %	9,863.3	+17.6 %	+18.6 %
SAPMENA – SSA ⁷	661.3	+14.9 %	+14.2 %	2,312.0	+13.9 %	+10.0 %
Latinoamérica	467.4	+8.1 %	+16.2 %	1,771.5	+20.6 %	+20.6 %
Total del grupo	9,094.4	+11.2 %	+15.4 %	32,287.6	+16.1 %	+15.3 %

⁷ SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

Resumen por división

PRODUCTOS PARA PROFESIONALES

La división de productos para profesionales terminó el año con un gran crecimiento: +24.8 % en comparación entre iguales y +22.2 % con base en las cifras que se reportaron.

La división mantuvo su impulso ascendente y logró ganancias de participación de mercado históricas en todas las zonas con un desempeño notable en los Estados Unidos y en China continental en particular. Los beneficios de su estrategia omnicanal se reflejaron en la recuperación de sus ventas en salones de belleza, en el desempeño excepcional del canal de distribución SalonCentric en los Estados Unidos así como en un gran aumento del comercio electrónico.

El cuidado del cabello continuó siendo la categoría con el mayor crecimiento. *Kérastase* tuvo un año espectacular impulsado por el éxito de *Curl Manifesto*. *L'Oréal Professionnel*, gracias a su innovación disruptiva *Metal Detox*, y *Redken*, con su nueva línea *Acidic Bonding Concentrate*, también tuvo un gran crecimiento. Los tintes para el cabello tuvieron una recuperación muy grande, gracias en particular al éxito de *Shades EQ* de *Redken* y a *Dialight* de *L'Oréal Professionnel*.

Como líder de la industria, la división está alentando a todos sus estilistas asociados a participar en la transición a la sostenibilidad al lanzar su programa "Hairstylists for the Future".

PRODUCTOS DE CONSUMO

La división de productos de consumo creció +5.6 % en comparación entre iguales y 4.5 % con base en las cifras que se reportaron con un crecimiento en comparación entre iguales de +6.5 % en el cuarto trimestre.

La división ganó participación de mercado en 2021. El impulso es fuerte en los Estados Unidos así como en mercados con gran potencial, incluidos la India, Brasil, México e Indonesia. El crecimiento estuvo impulsado por el desarrollo del comercio electrónico en todas las zonas y, en forma notable, en los mercados emergentes.

Todas las marcas principales tuvieron crecimiento con una racha excepcional de innovaciones en todas las categorías: en maquillaje con la máscara de pestañas *Sky High* de *Maybelline*, que fue el lanzamiento más exitoso en la historia de la marca; en el cuidado para el cabello con innovaciones premium como *Dream Lengths Wonder Water* de *Elsève* o *L'Oréal Fall Resist* en China continental; y en el cuidado de la piel con el enorme éxito del suero de vitamina C de *Garnier* en muchos países de las zonas SAPMENA y Latinoamérica. *NYX Professional Makeup* también tuvo un año excepcional que estuvo impulsado por los principales lanzamientos y nuevos tipos de sociedades, tal como la de la exitosa serie de Netflix *La Casa de Papel*. *L'Oréal Paris* fortaleció su posición como la marca de productos de belleza número uno del mundo con ventas que excedieron los 6 mil millones de euros.

L'ORÉAL LUXE

L'Oréal Luxe registró un gran crecimiento de +20.9 % en comparación entre iguales y +21.3 % en las cifras que se reportaron en un mercado global de productos de belleza de lujo que confirmó su recuperación y observó un retorno a los niveles anteriores a la Covid.

La división logró un desempeño notable y equilibrado por categoría, zona geográfica y red de distribución y se ha convertido en la división más grande del grupo. L'Oréal Luxe aprovechó completamente la complementariedad entre sus canales de distribución y una aceleración equilibrada de las ventas en línea y en puntos de venta físicos.

L'Oréal Luxe ganó participación de mercado en sus tres categorías. Las marcas ultra premium *Lancôme Absolue* y *Helena Rubinstein* y las innovaciones antiedad como *Retinol Skin-Renewing Daily Micro-Dose Serum* de *Kiehl's* tuvieron un muy buen desempeño en el cuidado de la piel. La división consolidó su liderazgo en fragancias, impulsado por la fuerza de íconos establecidos como *Libre* de *Yves Saint Laurent* y los prometedores lanzamientos de *Alien Goddess* de *Mugler* y *Luna Rossa Ocean* de *Prada*. En un mercado menos dinámico de maquillaje, el desempeño estuvo impulsado por *Lancôme* y *Shu Uemura*.

La división fortaleció su posición en todas las zonas y registró ganancias históricas de participación de mercado en el norte de Asia y un excelente desempeño en Europa. Después de la reorganización de la red de distribución en Norteamérica, las ventas se están acelerando de nuevo en esta zona.

Al final del año, L'Oréal Luxe finalizó la adquisición de *Youth to the People*.

<http://www.loreal-finance.com/>



COSMÉTICA ACTIVA

La división de cosmética activa terminó el año con un crecimiento excepcional de +31.8 % en comparación entre iguales y +30.3 % con base en las cifras que se reportaron.

La división superó de forma significativa al mercado floreciente de dermocosméticos en 2021 en el que la salud se convirtió en la preocupación principal de los consumidores. Fortaleció su ya sólida relación con los profesionales del cuidado de la salud y confirmó su liderazgo en las recomendaciones dermocosméticas.

La cosmética activa registró un gran crecimiento en todas las zonas con un desempeño excepcional en Norteamérica y en el norte de Asia. Las ventas en puntos de venta físicos observaron un retorno a un fuerte crecimiento de dos dígitos y las ventas en línea estuvieron excepcionalmente a la alza y superaron los mil millones de euros.

Las principales marcas de la división tuvieron un crecimiento vigoroso. *La Roche-Posay* duplicó con creces su tasa de crecimiento en comparación con 2020 gracias a innovaciones de vanguardia como el suero *Effaclar* y *Lipikar EczemaMED* que está revolucionando el tratamiento del eczema. *Vichy* fortaleció su liderazgo en el área antiedad en Europa, particularmente en el cuidado de la piel para mujeres menopáusicas, al tiempo que tuvo una aceleración en Latinoamérica y en Norteamérica. *SkinCeuticals* continuó tomando impulso con el éxito de *Silymarin CF* lo que confirmó su experiencia en antioxidantes. *CeraVe* tuvo un crecimiento espectacular durante segundo año consecutivo tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo.

Resumen por zona geográfica

EUROPA

La zona terminó el año hasta +10.1 % en comparación entre iguales y +10.7 % con base en las cifras que se reportaron y casi regresó a su nivel de comparación entre iguales de 2019.

El mercado de productos de belleza se recuperó en toda Europa en 2021 pero permaneció por debajo de los niveles de 2019. L'Oréal superó de forma significativa los resultados del mercado europeo impulsado por un nuevo aumento en sus ventas en línea y su liderazgo digital. El grupo fortaleció su posición en la gran mayoría de los países, en particular en el Reino Unido, Alemania, Francia, Rusia y los países escandinavos. También ganó participación de mercado en todas sus categorías estratégicas: cuidado de la piel, cuidado del cabello, maquillaje y fragancias.

Cosmética activa tuvo un crecimiento particularmente dinámico impulsado por el éxito continuo de *CeraVe* y *La Roche-Posay*. A pesar del cierre de salones de belleza en varios países al inicio del año, la división de productos para profesionales retronó a niveles de desempeño significativamente más elevados que en el 2019 gracias al gran interés en todo su catálogo y al éxito de *Kérastase* y de las innovaciones de *L'Oréal Professionnel*. L'Oréal Luxe confirmó su liderazgo en fragancias con los excelentes inicios para *Alien Goddess* de *Mugler* y *Luna Rossa Ocean* de *Prada* y el fortalecimiento de pilares como *La Vie Est Belle* de *Lancôme* y *Libre* de *Yves Saint Laurent*. Mientras que la división de productos de consumo continuó ganando participación de mercado en maquillaje.

NORTEAMÉRICA

La zona terminó el año en +22.2 % en comparación entre iguales y +18.1 % con base en las cifras reportadas.

En un año aún afectado por la pandemia y por las presiones en la cadena de suministros, la zona registró ganancias de participación de mercado en todas las divisiones y continuó creciendo tanto en línea como en puntos de venta físicos a medida que se volvieron a abrir físicamente los outlets en todo el mundo. El fuerte plan de lanzamiento ayudó a ganar consumidores y a asegurar su lealtad. Gracias al éxito de innovaciones revolucionarias como la máscara de pestañas *Maybelline Sky High* y la base de maquillaje en polvo *Infallible* de *L'Oréal Paris*, la división de productos de consumo reportó crecimiento durante dos años en la categoría de maquillaje. Después de la reorganización de su red de distribución, L'Oréal Luxe liberó recursos lo que permitió un crecimiento acelerado con los lanzamientos exitosos en la categoría de fragancias, incluidas *Ralph's Club* de *Ralph Lauren* y *Luna Rossa Ocean* de *Prada*. La división de productos para profesionales observó un crecimiento tremendo impulsado por *SalonCentric*. *Redken* fue una marca destacada impulsada por el lanzamiento de *Acidic Bonding Concentrate*. La división de cosmética activa registró un crecimiento espectacular; *CeraVe* confirmó su posición como la marca del cuidado de la piel más recomendada.

NORTE DE ASIA

La zona terminó el año en +17.6 % en comparación entre iguales y +18.6 % reportada.

L'Oréal fortaleció de forma significativa su posición en todas las divisiones y tuvo un buen año a pesar de las restricciones de salud pública y su efecto adverso en la afluencia del público.

En la zona, L'Oréal Luxe continuó ganando participación de mercado con el éxito del cuidado para la piel premium *Lancôme Absolue* y *Helena Rubinstein* y el gran desempeño de *Yves Saint Laurent* y *Shu Uemura*. *Kérastase* fue el impulsor del crecimiento de la división de productos para profesionales. El crecimiento de Cosmética Activa continuó alimentado por *La Roche-Posay* y *SkinCeuticals*. Con una notable aceleración de su gama de cuidado del cabello premium, *L'Oréal Paris* impulsó el desempeño de la división de productos de consumo.

En China continental, L'Oréal reportó un gran crecimiento de dos dígitos en 2021, dos veces el del mercado de productos de belleza. En el cuarto trimestre a pesar de una ralentización en comparación con una base muy elevada en 2020, el mercado de productos de belleza permaneció mucho más a la alza que en el 2019. En el último trimestre, L'Oréal China alcanzó un crecimiento en comparación entre iguales de más del 50 % en comparación con el 2019. Durante el festival Double 11 en Tmall, L'Oréal rompió todos los records y reportó aún más ganancias de participación de mercado, confirmando el atractivo de la marca para los consumidores chinos. El iónico evento para los consumidores estableció a *L'Oréal Paris* y a *Lancôme* como la n.º 1 y la n.º 3 en el mercado de productos de belleza; *Yves Saint Laurent* tomó el primer puesto en maquillaje mientras que *Kérastase* lideró el campo del cuidado del cabello. El ganar el premio a la mejor innovación de ByteDance (TikTok) demuestra que L'Oréal China tiene una posición de ventaja en términos de activación digital y construcción de marca.

Las ventas a viajeros también siguieron creciendo bien gracias a sus negocios florecientes en Hainan, al tiempo que se mantiene el atractivo de las marcas del grupo.

SAPMENA – SSA ⁸

La zona creció +13.9 % en comparación entre iguales y +10.0 % con base en las cifras que se reportaron.

En SAPMENA, en un contexto volátil relacionado con el resurgimiento de la pandemia, el comercio electrónico tuvo una aceleración. En el sur y este de Asia, L'Oréal observó un retorno a los niveles previos a la Covid en el cuarto trimestre y Vietnam logró un desempeño notable impulsado por el boom de las ventas en línea. Los países del Pacífico se recuperaron gracias a los planes que se pusieron en acción para estimular la demanda. India y Pakistán siguieron ofreciendo un desempeño sólido. La región del Golfo, que organizó la World Expo en Dubái, mantuvo su impulso de crecimiento.

La división de productos de consumo registró un buen desempeño gracias a las líneas de cuidado del cabello de *Garnier* y la recuperación gradual de *Maybelline New York*. *L'Oréal Luxe* reportó un desempeño excepcional en fragancias con *Yves Saint Laurent* y *Armani*. El crecimiento para la división de productos para profesionales estuvo dirigido por *Kérastase*. La división de cosmética activa continuó brindando un crecimiento dinámico en el cuidado de la piel impulsado por *La Roche-Posay* y *CeraVe*.

La zona del SSA experimentó un crecimiento dinámico durante el año. La división de cosmética activa registró un desempeño notable gracias al dinamismo excepcional de *La Roche-Posay*. *L'Oréal Luxe* logró grandes ganancias de participación de mercado en fragancias en Sudáfrica. La división de productos de consumo observó un desempeño muy grande por *Dark & Lovely* y *Nice & Lovely*, así como *Maybelline New York*.

⁸ SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

LATINOAMÉRICA

En 2021 la zona reportó un gran crecimiento: +20.6 % en comparación entre iguales y +20.6 % en cifras reportadas.

Los canales de distribución se abrieron completamente en la segunda mitad del año después del cierre temporal de las tiendas en la primera mitad. Aunque los centros comerciales y los salones profesionales experimentaron una baja afluencia del público a lo largo del año, el mercado de los productos de belleza reportó un gran crecimiento.

En este contexto, L'Oréal logró una participación de mercado significativa con un desempeño notable en México, Brasil y Chile. El crecimiento estuvo impulsado por el comercio electrónico y las ventas en tiendas físicas: las marcas del grupo le dieron la bienvenida a los consumidores que regresaron a las tiendas con una activación dirigida al tiempo que continuaron con la conexión digital y la activación en línea, aprovechando los eventos en línea clave como el Buen Fin y el Black Friday.

Las principales categorías registraron un gran crecimiento impulsado por el lanzamiento de innovaciones superiores así como el éxito de marcas y productos icónicos, principalmente notable en el cuidado para el cabello, el cuidado de la piel y las fragancias. L'Oréal Paris aumentó sus ganancias de participación de mercado en Brasil, México y Chile gracias al muy exitoso lanzamiento de *Elsève Hidra Hialurónico* y a la activación de *Revitalift*. *La Roche-Posay* registró ganancias significativas de participación de mercado; manteniendo un rápido crecimiento, *CeraVe* duplicó con creces sus ventas en la zona.

EVENTOS IMPORTANTES DURANTE EL PERIODO DEL 1/10/21 AL 31/12/21 Y EVENTOS DESPUÉS DEL CIERRE

- El 26 de octubre, L'Oréal ganó el **premio especial "Parité du Top 100"** que se entregó en la octava edición de los premios para la feminización de los organismos gobernantes de compañías SBF120 que presenta el ministerio francés para la equidad de género, diversidad e igualdad de oportunidades.
- También el 26 de octubre L'Oréal anunció el **lanzamiento del modelo de divulgación más grande de fragancias** para fortalecer su compromiso con la transparencia y permitir a los consumidores tomar decisiones de compra más informadas. Para desarrollar la nueva herramienta, L'Oréal trabajó mano a mano con cuatro líderes internacionales en la creación de fragancias: Firmenich, Givaudan, IFF y Mane.
- El 3 de noviembre, L'Oréal recibió el sello Terra Carta 2021 de S.A.R el Príncipe de Gales, el cual reconoce a las compañías mundiales que impulsan la innovación y demuestran su compromiso e impulso hacia la creación de mercados genuinamente sostenibles.
- El 16 de noviembre, **L'Oréal Water Saver** fue nombrada como una **innovación principal del 2021 por la revista TIME**. Desarrollado en colaboración con la compañía ambiental de innovación Gjosa, L'Oréal Water Saver es un cabezal de ducha único en su género que puede reducir el consumo de agua hasta un 65 %. Equipar 100,000 salones con esta tecnología potencialmente puede ahorrar hasta 6.8 mil millones de litros de agua.
- El 7 de diciembre, L'Oréal fue reconocida por su liderazgo en sostenibilidad corporativa por la organización mundial sin ánimo de lucro CDP dedicada al medio ambiente. L'Oréal es la única compañía del mundo a la que la **CDP le ha otorgado una puntuación AAA durante seis años consecutivos** que cubre las tres áreas de enfoque de la organización: el cambio climático, la seguridad del agua y la conservación de los bosques.
- El 13 de diciembre, L'Oréal fue **reconocida por S&P por su destacado desempeño en sostenibilidad** y recibió una puntuación de 85 de 100, una de las mayores calificaciones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).
- El 29 de diciembre, L'Oréal completó la **adquisición de Youth to the people**, una compañía estadounidense con sede en California que desarrolla productos de alto desempeño para el cuidado de la piel conocida por sus fórmulas innovadoras basadas en la ciencia que combinan extractos de superalimentos veganos premium.
- El 3 de enero de 2022, en el CES 2022, L'Oréal reveló sus más recientes **innovaciones de Beauty Tech para reinventar toda la categoría de tintes para el cabello. Colorsonic y Coloright** son avances de diseño por parte del usuario que transforman la experiencia en casa y dentro del salón de belleza para los consumidores y los profesionales.
- El 20 de enero de 2022, **L'Oréal y Verily, una compañía de salud de precisión de Alphabet anunció una asociación de belleza exclusiva** para el avance en la salud de la piel. Se espera que esta primera asociación de este tipo en la industria de la belleza incluya dos programas destinados a comprender y caracterizar mejor los mecanismos de envejecimiento de la piel y del cabello. También informará la estrategia de precisión Beauty Tech de L'Oréal y el desarrollo de productos.
- El 26 de enero de 2022, L'Oréal fue reconocida por el **índice Bloomberg de igualdad de género 2022** por quinto año consecutivo por haber creado con éxito un ambiente de trabajo inclusivo e igualitario. Este índice de referencia mide la equidad de género en cinco pilares: liderazgo femenino y canalización del talento, igualdad salarial y paridad salarial de género, cultura inclusiva, políticas contra el acoso sexual, así como ser una marca favorable para las mujeres.
- El 9 de febrero de 2022, el consejo directivo de L'Oréal canceló las 22,260,000 acciones de L'Oréal que obtuvo por readquisición de Nestlé de acuerdo con las decisiones del consejo del 7 de diciembre de 2021 que entró en vigor el 10 de febrero de 2022. A partir del 10 de febrero de 2022 el **capital de L'Oréal** estará formado por 535,412,372 acciones con derechos de voto equivalentes.

RESULTADOS DEL 2021

Estados financieros auditados, con certificación en curso.

Rentabilidad operativa en 19.1 % de ventas

Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas: de las ventas a las ganancias operativas.

	2020		2021	
	€m	% de ventas	€m	% de ventas
Ventas	27,992.1	100.0 %	32,287.6	100.0 %
<i>Costo de las ventas</i>	-7,532.3	26.9 %	-8,433.3	26.1 %
Ganancias brutas	20,459.8	73.1 %	23,854.3	73.9 %
<i>Gastos de I + D</i>	-964.4	3.4 %	-1,028.7	3.2 %
<i>Gastos de publicidad y promoción</i>	-8,647.9	30.9 %	-10,591.0	32.8 %
<i>Gastos de venta, generales y administrativos</i>	-5,638.5	20.1 %	-6,074.2	18.8 %
Ganancias operativas	5,209.0	18.6 %	6,160.3	19.1 %

Las **ganancias brutas**, con 23,854 millones de euros, resultaron en un 73.9 % de las ventas en comparación con 73.1 % en 2020, una mejora de 80 puntos base.

Los **gastos de investigación y desarrollo**, con 3.2 de las ventas, excedieron mil millones de euros.

Los **gastos de publicidad y promoción** aumentaron 190 puntos base con 32.8 % de las ventas.

Los **gastos de venta, generales y administrativos**, con 18.8 % de las ventas, disminuyeron 130 puntos base.

En general, las **ganancias operativas** aumentaron un 18.3 % a 6,160 millones de euros y representaron el 19.1 % de las ventas, una mejora de 50 puntos base.

Ganancias operativas por división

	2020		2021	
	€m	% de ventas	€m	% de ventas
Por división				
Productos para profesionales	581.7	18.8 %	806.9	21.3 %
Productos de consumo	2,388.1	20.4 %	2,466.0	20.2 %
L'Oréal Luxe	2,275.9	22.4 %	2,816.3	22.8 %
Cosmética Activa	766.0	25.4 %	990.5	25.2 %
Total de las divisiones	6,011.6	21.5 %	7,079.7	21.9 %
<i>No asignados</i> ⁹	-802.6	-2.9 %	-919.4	-2.8 %
Grupo	5,209.0	18.6 %	6,160.3	19.1 %

La rentabilidad de la **división de productos para profesionales** se situó en 21.3% en 2021, una mejora de 250 puntos base.

La rentabilidad de la **división de productos de consumo** en 20.2 %, disminuyó 20 puntos base.

La rentabilidad de **L'Oréal Luxe** mejoró 40 puntos base y se situó en 22.8 %.

La rentabilidad de la **división de cosmética activa** se situó en 25.2 %, una disminución de 250 puntos base.

Los **gastos no asignados** ascendieron a 919.4 millones de euros.

⁹ No asignados = gastos del grupo central, gastos de investigación fundamental, gastos de concesión gratuita de acciones y gastos varios.

Ganancias netas

Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas: de las ganancias operativas a las ganancias netas sin partidas no recurrentes.

€m	2020	2021	Crecimiento
Ganancias operativas	5,209.0	6,160.3	+18.3 %
<i>Ingresos y gastos financieros sin incluir los dividendos de Sanofi</i>	-95.9	-59.6	
<i>Dividendos de Sanofi</i>	372.4	378.3	
Ganancias antes de impuestos sin partidas no recurrentes	5,485.5	6,478.9	+18.1 %
<i>Impuesto sobre la renta sin partidas no recurrentes</i>	-1,383.1	-1,535.6	
<i>Ganancias netas sin partidas no recurrentes de compañías consolidadas por equidad</i>	+0.9	+0.6	
<i>Intereses minoritarios</i>	-4.2	-5.5	
Ganancias netas después de los intereses minoritarios	4,099.0	4,938.5	+20.5 %
GPA ¹⁰ (€)	7.30	8.82	+20.9 %
Ganancias netas después de los intereses minoritarios	3,563.4	4,597.1	+29.0 %
GPA diluidas después de intereses minoritarios (€)	6.34	8.21	
Número promedio diluido de acciones	561,635,963	559,791,545	

Los **costos financieros netos** ascendieron a 59 millones de euros.

Los **dividendos de Sanofi** ascendieron a 378 millones de euros.

Los **impuestos sobre la renta sin partidas no recurrentes** ascendieron a 1,535 millones de euros, que representa una tasa de impuestos de 23.7 %.

Las **ganancias netas sin partidas no recurrentes después de intereses minoritarios** ascendieron a 4,938 millones de euros.

Las **ganancias por acción** ¹⁰ se situaron en 8.82 euros, aumentaron 20.9 %.

Las **ganancias netas sin partidas no recurrentes después de intereses minoritarios** ¹¹ ascendieron a 341.4 millones de euros netos de impuestos.

Las **ganancias netas después de los intereses minoritarios** fueron de 4,597 millones de euros, aumentaron 29.0 %.

Estado de flujo de caja, balance y situación de liquidez

El **flujo de caja bruto** ascendió a 6,640 millones de euros, un aumento del 16 %.

El **capital de trabajo necesario** disminuyó 88 millones de euros.

Con 1,075 millones de euros, las **inversiones** representaron el 3.3 % de las ventas.

El **flujo de caja neto** ¹² se situó en 5,653 millones de euros, aumentó 3.1 %.

El **balance** permaneció sólido con un capital de los accionistas de 23.6 mil millones de euros. El 7 de diciembre de 2021, L'Oréal llevó a cabo la readquisición de 22,260,000 de sus propias acciones que poseía Nestlé. A finales de diciembre de 2021, la deuda neta del grupo ascendió a 3,586 millones de euros, incluidos 1,670 millones de euros de pasivos por arrendamiento financiero.

¹⁰ Utilidades diluidas por acción, con base en las ganancias netas sin partidas no recurrentes, después de intereses minoritarios.

¹¹ Los elementos no recurrentes incluyen la depreciación de activos, la ganancia meta de operaciones discontinuadas, costos de reestructuración y efectos de los impuestos sobre elementos no recurrentes.

¹² Flujo de caja neto = flujo de caja bruto + cambios en el capital de trabajo - gastos del capital.

Dividendos propuestos en la Junta general anual del 21 de abril del 2022

El Consejo directivo decidió proponer en la Junta general anual de accionistas del 21 de abril de 2022 un dividendo de 4.80 euros por acción, un aumento del +20.0 % en comparación con los dividendos que se pagaron en el 2021. Los dividendos se pagarán el 29 de abril del 2022 (fecha de exdividendos, 27 de abril a las 0:00 a.m., hora de París).

Capital social

Hasta el 31 de diciembre de 2021, el capital de la compañía estaba formado por 557,672,360 acciones, cada una con un derecho de voto.

"El presente comunicado de prensa no constituye una oferta de venta o solicitud de una oferta para comprar acciones de L'Oréal. Si desea más información acerca de L'Oréal, consulte los documentos públicos registrados en Francia con la Autorité des Marchés Financiers, disponible también en inglés en nuestro sitio de internet www.loreal-finance.com.

El presente comunicado de prensa puede contener algunas declaraciones a futuro. Aunque la compañía considera que dichas declaraciones se basan en hipótesis razonables en la fecha de publicación del presente comunicado, por su naturaleza, están sujetas a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente de aquellos que se indicaron o proyectaron en dichas declaraciones".

Esta es una traducción libre al **inglés** del comunicado de prensa de Resultados anuales del 2021 publicado en idioma francés y se proporciona únicamente para la comodidad de los lectores de habla **inglesa**. En caso de discrepancias, prevalecerá la versión francesa.

Acerca de L'Oréal

Durante más de 100 años, L'Oréal, el líder mundial en productos de belleza, se ha dedicado solamente a una cosa: cumplir con las aspiraciones de belleza de los consumidores en todo el mundo. Nuestro propósito, crear una belleza que mueva al mundo, define nuestro enfoque de la belleza como inclusivo, ético, generoso y comprometido con la sostenibilidad social y ambiental. Con nuestro amplio portafolio de 35 marcas internacionales y los ambiciosos compromisos de sostenibilidad de nuestro programa L'Oréal for the future, le ofrecemos a cada persona del mundo lo mejor en términos de calidad, eficacia, seguridad, sinceridad y responsabilidad al tiempo que celebramos la belleza en su infinita pluralidad.

Con 85,400 empleados comprometidos, una huella geográfica equilibrada y ventas en todas las redes de distribución (comercio electrónico, mercado de masas, tiendas departamentales, farmacias, salones de belleza, comercios minoristas en sitios turísticos y comercios minoristas de marca) en 2021 el grupo generó ventas que alcanzaron los 32.28 mil millones de euros. Con 20 centros de investigación en 11 países alrededor del mundo, un equipo de investigación y desarrollo dedicado de 4,000 científicos y más de 3,000 técnicos profesionales, L'Oréal se enfoca en inventar el futuro de la belleza y transformarse en una potencia de la tecnología de la belleza.

Más información en: <https://www.loreal.com/en/mediaroom>

CONTACTOS EN L'ORÉAL

	Accionistas individuales y autoridades del mercado	Analistas financieros e inversionistas institucionales	Periodistas
Conmutador +33 (0) 1 47 56 70 00	Sr. Christian Munich +33 (0)1 47 56 72 06 christian.munich2@loreal.com	Srita. Françoise Lauvin +33 (0)1 47 56 86 82 francoise.lauvin@loreal.com	Srita. Noëlle Camilleri +33 (0)6 79 92 99 39 noelle.camilleri@loreal.com

Para más información, póngase en contacto con su banco, corredor o institución financiera (código I.S.I.N.: FR0000120321), y consulte sus periódicos habituales, el sitio de Internet para accionistas e inversores, www.loreal-finance.com o la aplicación L'Oréal Finance, de forma alternativa, llame al +33 1 40 14 80 50.



Este comunicado de prensa fue asegurado y autenticado con tecnología de cadena de bloques. Puede verificar su autenticidad en el sitio web www.wiztrust.com

<http://www.loreal-finance.com/>



C1 - Internal use

Anexo 1: ventas del grupo L'Oréal 2020/2021 (millones de €)

	2020	2021		
	€m	€m	Evolución en ventas comparables	Evolución que se reportó
Primer trimestre	7,225.2	7,614.5	+10.2 %	+5.4 %
Segundo trimestre	5,851.3	7,582.1	+33.5 %	+29.6 %
Total de la primera mitad	13,076.5	15,196.6	+20.7 %	+16.2 %
Tercer trimestre	7,036.8	7,996.6	+13.1 %	+13.6 %
Total a los nueve meses	20,113.3	23,193.1	+18.0 %	+15.3 %
Cuarto trimestre	7,878.8	9,094.4	+11.2 %	+15.4 %
Total de todo el año	27,992.1	32,287.6	+16.1 %	+15.3 %

Anexo 2: estados consolidados de ingresos comparados

Millones de €	2021	2020	2019
Ventas netas	32,287.6	27,992.1	29,873.6
Costo de las ventas	-8,433.3	-7,532.3	-8,064.7
Ganancias brutas	23,854.3	20,459.8	21,808.9
Gastos de investigación y desarrollo	-1,028.7	-964.4	-985.3
Gastos de publicidad y promoción	-10,591.0	-8,647.9	-9,207.8
Gastos de venta, generales y administrativos	-6,074.2	-5,638.5	-6,068.3
Utilidad de operación	6,160.3	5,209.0	5,547.5
Otros ingresos y gastos	-432.0	-709.0	-436.5
Ganancias operativas	5,728.3	4,500.0	5,111.0
Costos financieros sobre la deuda bruta	-38.0	-79.2	-75.4
Ingresos financieros sobre el efectivo y los equivalentes de efectivo	18.5	19.8	28.7
Costos financieros, netos	-19.4	-59.4	-46.7
Otros ingresos financieros y gastos	-40.2	-36.5	-16.0
Dividendos de Sanofi	378.3	372.4	363.0
Beneficio antes de impuestos y asociados	6,046.9	4,776.5	5,411.4
Impuesto a las ganancias	-1,445.4	-1,209.8	-1,657.2
Participación en los beneficios de los asociados	0.6	0.9	1.0
Ganancia neta	4,602.2	3,567.6	3,755.2
Atribuible a:			
• los dueños de la compañía	4,597.1	3,563.4	3,750.0
• Intereses minoritarios	5.1	4.2	5.2
Ganancias por acción atribuibles a los dueños de la compañía (euros)	8.24	6.37	6.70
Utilidades diluidas por acción atribuibles a los dueños de la compañía (euros)	8.21	6.34	6.66
Ganancias por acción atribuibles a los dueños de la compañía sin partidas no recurrentes (euros)	8.86	7.33	7.78
Ganancias diluidas por acción atribuibles a los dueños de la compañía sin partidas no recurrentes (euros)	8.82	7.30	7.74

Anexo 3: estados consolidados de ingresos globales

Millones de €	2021	2020	2019
Ganancias netas consolidadas del periodo	4,602.2	3,567.6	3,755.2
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>	-203.7	129.1	2.9
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>	610.5	-790.2	188.2
<i>Impuesto sobre la renta de las partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas ⁽¹⁾</i>	41.5	-23.3	-1.9
Partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	448.3	-684.4	189.2
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de ganancias o pérdidas</i>	1,192.2	-1,269.1	1,650.6
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>	585.5	-225.6	-327.7
<i>Impuesto sobre la renta de las partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas ⁽¹⁾</i>	-181.7	97.8	29.7
Partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	1,596.0	-1,396.9	1,352.6
Otros ingresos globales	2,044.3	-2,081.3	1,541.8
INGRESOS GLOBALES CONSOLIDADOS	6,646.5	1,486.3	5,297.0
Atribuibles a:			
• los dueños de la compañía	6,641.4	1,482.1	5,291.9
• Intereses minoritarios	5.1	4.2	5.1

⁽¹⁾ El efecto impositivo es el siguiente:

Millones de €	2021	2020	2019
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>	41.5	-23.3	-1.9
Partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	41.5	-23.3	-1.9
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de ganancias o pérdidas</i>	-37.3	40.4	-51.7
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>	-144.4	57.4	81.4
Partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	-181.7	97.8	29.7
TOTAL	-140.2	74.5	27.8

Anexo 4: balances consolidados comparados

ACTIVOS

Millones de €	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019
Activos no circulantes	30,937.6	29,046.8	29,893.3
Fondo de comercio	11,074.5	10,514.2	9,585.6
Otros activos intangibles	3,462.8	3,356.3	3,163.8
Activos por derecho de uso	1,507.6	1,525.3	1,892.3
Propiedad, planta y equipo	3,266.2	3,225.2	3,644.3
Activos financieros no circulantes	10,920.2	9,604.8	10,819.1
Inversiones contabilizadas por el método de participación	9.9	11.1	10.9
Activos fiscales diferidos	696.5	809.9	777.3
Activos circulantes	12,075.8	14,560.1	13,916.5
Inventarios	3,166.9	2,675.8	2,920.8
Cuentas comerciales por cobrar	4,021.0	3,511.3	4,086.7
Otros activos circulantes	2,037.9	1,732.7	1,474.9
Activos fiscales circulantes	136.2	234.4	148.1
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,713.8	6,405.9	5,286.0
TOTAL	43,013.4	43,606.9	43,809.8

PATRIMONIO NETO Y PASIVOS

Millones de €	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019
Patrimonio neto	23,592.6	28,998.8	29,426.0
Capital social	111.5	112.0	111.6
Capital adicional pagado	3,265.6	3,259.8	3,130.2
Otras reservas	19,092.2	18,642.5	16,930.9
Otros ingresos globales	5,738.6	4,304.5	5,595.8
Ajustes de conversión acumulados	-279.1	-889.2	-99.2
Autocartera	-8,940.2	—	—
Ganancias netas atribuibles a los dueños de la compañía	4,597.1	3,563.4	3,750.0
Capital atribuible a los dueños de la compañía	23,585.7	28,993.0	29,419.3
Intereses minoritarios	6.9	5.8	6.7
Pasivos no circulantes	2,837.6	3,478.0	3,515.3
Provisiones para obligaciones de jubilación del personal y beneficios relacionados	360.6	1,013.5	772.9
Provisiones para pasivos y cargas	63.8	56.8	56.9
Pasivos fiscales no circulantes	344.8	397.9	310.2
Pasivos fiscales diferidos	810.3	706.6	737.7
Préstamos y deudas no corrientes	10.7	8.5	9.6
Deuda de arrendamiento no corriente	1,247.5	1,294.7	1,628.0
Pasivos no circulantes	16,583.2	11,130.1	10,868.5
Cuentas comerciales por pagar	6,068.1	4,764.5	4,658.4
Provisiones para pasivos y cargas	1,223.3	1,224.7	1,117.8
Otros pasivos corrientes	3,980.8	3,682.5	3,508.5
Impuesto a las ganancias	268.9	215.1	334.8
Préstamos y deudas no corrientes	4,619.4	856.4	841.2
Deuda de arrendamiento corriente	422.8	386.9	407.9
TOTAL	43,013.4	43,606.9	43,809.8

Anexo 5: estados consolidados de cambios en el patrimonio neto

Millones de €	Acciones comunes en circulación	Capital	Capital adicional pagado	Ganancias retenidas y ganancias netas	Otros ingresos globales	Autocartera	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los dueños de la compañía	Intereses minoritarios	Capital total
Al 31.12.2018	559,625,527	112.1	3,070.3	19,847.8	4,242.1	-56.5	-287.4	26,928.4	5.2	26,933.6
Cambios en la política contable al 01.01.2019				-81.5				-81.5	—	-81.5
Al 31.12.2019 ⁽¹⁾	559,625,527	112.1	3,070.3	19,766.3	4,242.1	-56.5	-287.4	26,847.0	5.2	26,852.2
<i>Ganancias netas consolidadas del periodo</i>				3,750.0				3,750.0	5.2	3,755.2
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					1.1			1.1	-0.1	1.0
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							174.1	174.1		174.1
<i>Hiperinflación</i>							14.1	14.1		14.1
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					1.1		188.2	189.3	-0.1	189.2
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de ganancias o pérdidas</i>					1,598.9			1,598.9		1,598.9
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					-246.3			-246.3		-246.3
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					1,352.6			1,352.6		1,352.6
Ingresos globales consolidados				3,750.0	1,353.7		188.2	5,291.9	5.1	5,297.0
Aumento del capital	1,491,678	0.3	59.9	-0.1				60.0		60.0
Cancelación de autocartera		-0.8		-803.0		803.8		—		—
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,176.7				-2,176.7	-3.6	-2,180.3
Pago por acciones				144.4				144.4		144.4
Cambios netos en la autocartera	-3,000,000					-747.3		-747.3		-747.3
Cambios en el alcance de la consolidación								—		—
Otros movimientos				-0.1				-0.1		-0.1
Al 31.12.2019	558,117,205	111.6	3,130.2	20,681.0	5,595.8	—	-99.2	29,419.3	6.7	29,426.0
<i>Ganancias netas consolidadas del periodo</i>				3,563.4				3,563.4	4.2	3,567.6
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					105.6			105.6	0.2	105.8
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							-801.8	-801.8	-0.3	-802.1
<i>Hiperinflación</i>							11.9	11.9	—	11.9
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					105.6		-789.9	-684.3	-0.1	-684.4
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de ganancias o pérdidas</i>					-1,228.8			-1,228.8		-1,228.8
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					-168.1			-168.1		-168.1
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificarse en ganancias y pérdidas					-1,396.9		—	-1,396.9	—	-1,396.9
Ingresos globales consolidados				3,563.4	-1,291.3		-789.9	1,482.1	4.2	1,486.3
Aumento del capital	1,754,375	0.4	129.6	-0.2				129.8		129.8
Cancelación de autocartera								—		—
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,172.6				-2,172.6	-4.9	-2,177.5
Pago por acciones				129.7				129.7		129.7
Cambios netos en la autocartera								—		—
Cambios en el alcance de la consolidación								—		—
Otros movimientos				4.8				4.8	-0.1	4.7
Al 31.12.2020	559,871,580	112.0	3,259.8	22,206.0	4,304.5	—	-889.1	28,993.0	5.8	28,998.8

(1) Después de tomar en cuenta el cambio en la política contable correspondiente a la NIIF 15 "Ingresos de contratos con clientes".

Millones de €	Acciones comunes en circulación	Capital	Capital adicional pagado	Ganancias retenidas y ganancias netas	Otros ingresos globales	Autocartera	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los dueños de la compañía	Intereses minoritarios	Capital total
Al 31.12.2020	559,871,580	112.0	3,259.8	22,206.0	4,304.5	—	-889.1	28,993.0	5.8	28,998.8
Ganancias netas consolidadas del periodo				4,597.1				4,597.1	5.1	4,602.2
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					-161.9			-161.9	-0.3	-162.2
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							582.4	582.4	0.3	582.7
<i>Hiperinflación</i>							27.8	27.8		27.8
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					-161.9		610.2	448.3	—	448.3
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de otros ingresos integrales</i>					1,154.9		—	1,154.9		1,154.9
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					441.1		—	441.1		441.1
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					1,596.0		—	1,596.0	—	1,596.0
Ingresos globales consolidados				4,597.1	1,434.1	—	610.2	6,641.4	5.1	6,646.5
Aumento del capital	800,780		5.8					5.8		5.8
Cancelación de autocartera		-0.5		-1,104.3		1,104.8		—		—
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,264.4				-2,264.4	-4.7	-2,269.1
Pago por acciones				155.2				155.2		155.2
Cambios netos en la autocartera	-25,260,000					-10,045.0		-10,045.0		-10,045.0
Cambios en el alcance de la consolidación				—				—		—
Otros movimientos				99.8	—			99.8	0.6	100.4
Al 31.12.2021	535,412,360	111.5	3,265.6	23,689.3	5,738.6	-8,940.2	-279.1	23,585.7	6.9	23,592.6

⁽²⁾ De los cuales €102.2 millones pertenecen a la interpretación del NIIF 2021 sobre la interpretación de IAS19 "Beneficios para el empleado" sobre la atribución de la prestación a los periodos de servicio.

Anexo 6: estados de flujos de efectivo consolidados comparados

Millones de €	2021	2020	2019
Flujos de efectivo de actividades operativas			
Ganancias netas atribuibles a los dueños de la compañía	4,597.1	3,563.4	3,750.0
Intereses minoritarios	5.1	4.2	5.2
Eliminación de gastos e ingresos sin impacto en los flujos de efectivo:			
• depreciación, amortización, provisiones y pasivos por impuestos no corrientes	1,781.0	2,028.1	1,958.3
• cambios en los impuestos diferidos	83.6	-10.1	-42.5
• pago por acciones (incluyendo las acciones gratuitas)	155.2	129.7	144.4
• ganancias y pérdidas de capital por enajenación de activos	0.5	3.6	-14.0
Otras transacciones no monetarias	16.5	5.8	1.9
Participación en las ganancias en asociados netos de los dividendos recibidos	1.3	-0.6	-1.0
Flujo de caja bruto	6,640.4	5,724.1	5,802.3
Cambios en el capital de trabajo	88.0	729.2	460.5
Efectivo neto procedente de las actividades de explotación (A)	6,728.4	6,453.3	6,262.8
Flujo de caja procedente de las actividades de inversión			
Compras de propiedades, plantas y equipo y activos intangibles	-1,075.2	-972.4	-1,231.0
Baja de propiedades, plantas y equipo y activos intangibles	14.5	26.6	16.6
Cambios en otros activos financieros (incluidas inversiones en compañías no consolidadas)	-117.3	-66.5	-65.9
Efecto de los cambios en el alcance de la consolidación	-455.7	-1,626.8	-9.3
Efectivo neto (utilizado en) de actividades de inversión (B)	-1,633.7	-2,639.1	-1,289.6
Flujos de efectivo de actividades de financiamiento			
Dividendos pagados	-2,352.1	-2,190.6	-2,221.1
Aumento del capital de la compañía matriz	5.8	129.7	60.0
Enajenación (adquisición) de autocartera	-10,060.9	—	-747.3
Compra de intereses minoritarios	—	—	—
Emisión (reembolso) de préstamos a corto plazo	3,939.4	-74.8	-354.9
Emisión de préstamos a largo plazo	—	—	—
Reembolso de préstamos a largo plazo	—	-3.6	-0.6
Reembolso de la deuda por arrendamiento	-396.4	-451.8	-425.8
Efectivo neto (utilizado) en actividades de financiamiento (C)	-8,864.2	-2,591.1	-3,689.6
Efecto neto de los cambios en las tasas de cambio y el valor de mercado (D)	77.4	-103.2	10.5
Variación del efectivo y equivalentes de efectivo (A+B+C+D)	-3,692.1	1,119.9	1,294.0
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año (E)	6,405.9	5,286.0	3,992.0
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO AL FINAL DEL AÑO (A+B+C+D+E)	2,713.8	6,405.9	5,286.0