



Nota de prensa

X de septiembre de 2022

Capital Markets Day en Henkel

Henkel incrementa su perspectiva de crecimiento orgánico de las ventas para el ejercicio 2022

- Henkel implementa una nueva estructura organizativa en la unidad de negocio de Consumer Brands antes de lo previsto
- Sólido desempeño de las ventas orgánicas en Adhesive Technologies
- La perspectiva de crecimiento orgánico de las ventas de Henkel en el año fiscal 2022 ha aumentado del +5,5 al +7,5% (anteriormente +4,5 a +6,5%)
- Adhesive Technologies y Consumer Brands están bien posicionadas para capturar futuras oportunidades de crecimiento y más ganancias
- Confirmación de la ambición financiera a medio y largo plazo

En el Capital Markets Day celebrado hoy, el Consejo de Administración de Henkel ha presentado los éxitos logrados en la implementación de su agenda de crecimiento con propósito, destacando el crecimiento y el potencial de ganancias de las dos unidades de negocios, Adhesive Technologies y la futura división [Consumer Brands](#). Al implementar la nueva estructura organizacional, Henkel se ha adelantado a la fecha que se marcó inicialmente y ha aumentado su meta de ventas para todo el año 2022 – tanto para la unidad de negocios de Adhesive Technologies, que continúa con su fuerte crecimiento orgánico de ventas también en el tercer trimestre, como para el Grupo Henkel.

El Capital Markets Day se ha centrado en las dos unidades de negocios Adhesive Technologies y Consumer Brands, con sus respectivas direcciones estratégicas, competencias tecnológicas, y marcas líderes mundiales. Además, se ha reafirmado el claro enfoque en [sostenibilidad](#) en todas las dimensiones como un factor clave para la implementación de la agenda de crecimiento con propósito de la compañía, tanto para las unidades de negocios individuales como a nivel de Grupo.



Se eleva la perspectiva de crecimiento orgánico de las ventas para el 2022

Además de presentar el progreso realizado en la implementación de la estrategia y la configuración de las dos unidades de negocio, Henkel también ha elevado su perspectiva de ventas para el año fiscal 2022.

"En vista del crecimiento continuo de las ventas en Adhesive Technologies, hoy hemos actualizado las perspectivas para el año fiscal 2022, tanto para la unidad de negocios de Adhesive Technologies como para el Grupo Henkel. Además, continuamos trabajando en medidas integrales para compensar el impacto del aumento en los costes de las materias primas, la logística y la energía en lo que respecta a nuestras ganancias", ha explicado **Carsten Knobel, CEO de Henkel**.

Henkel ahora espera un crecimiento orgánico de las ventas de +5,5 a +7,5% a nivel de Grupo en el año fiscal 2022 (anteriormente: +4,5 a +6,5%) y espera un crecimiento orgánico de las ventas de +10,0 a +12,0% para la unidad de negocios de Adhesive Technologies (anteriormente: +8,0 a +10,0%). Para Beauty Care, Henkel continúa esperando un crecimiento orgánico de las ventas de -3,0 a -1,0%, debido en gran parte a los cambios en la cartera anunciados para 2022. Para la unidad de negocios de Laundry & Home Care, Henkel continúa esperando un crecimiento orgánico de las ventas de +4,0 a +6,0%.

La expectativa de rentabilidad ajustada sobre las ventas (margen EBIT) a nivel de Grupo se mantiene sin cambios en el rango de 9,0 a 11,0%. Para el desarrollo de las ganancias ajustadas por acción preferente (EPS) a tipos de cambio constantes, Henkel continúa esperando una disminución en el rango de -35 a -15%.

Implementación consistente de la agenda de crecimiento con propósito

Henkel persigue una agenda de crecimiento con propósito y ha desarrollado un [marco estratégico](#) claro para ello. Los elementos clave del marco estratégico son: una cartera exitosa, una clara ventaja competitiva en las áreas de innovación, sostenibilidad y digitalización, y modelos operativos preparados para el futuro basados en una sólida cultura empresarial.

En el transcurso de 2022, Henkel ha trabajado constantemente en la implementación de su agenda de crecimiento y ha logrado un gran progreso en todas las áreas. Con el anuncio de fusionar Laundry & Home Care y Beauty Care en la nueva unidad comercial de Consumer Brands, Henkel está llevando su agenda de crecimiento al siguiente nivel.

Al implementar la nueva estructura organizativa de Consumer Brands, Henkel se adelanta en la mayoría de las regiones a la fecha originalmente anunciada. Como parte de la fusión, **Wolfgang König**, quien actualmente es responsable de Beauty Care en el Consejo de Administración y encabezará la nueva unidad en el futuro, también asumirá la dirección de Laundry & Home Care a partir de octubre de 2022. **Bruno Piacenza**, responsable de la unidad de negocio de Laundry &



Home Care desde 2011, dejará el Consejo de Administración a finales de septiembre. El CEO de Henkel, Carsten Knobel, le agradeció expresamente sus grandes logros para Henkel durante los más de 30 años de carrera en la compañía.

"Seguimos impulsando con éxito la implementación de nuestra agenda estratégica para un crecimiento con propósito. Somos líderes globales con nuestra unidad de negocio de Adhesive Technologies, ofreciendo soluciones innovadoras para una amplia gama de industrias y centrados en áreas como la sostenibilidad, la e-mobility y la conectividad. La fusión de las unidades de negocio de Laundry & Home Care y Beauty Care en la nueva unidad de Consumer Brands es un paso estratégico muy importante para nosotros. Estoy convencido de que, con nuestros dos pilares, Adhesive Technologies y Consumer Brands, conseguiremos nuestros objetivos" ha concluido el **CEO de Henkel, Carsten Knobel**.

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. En las divisiones de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2021, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo ajustado de cerca de 2.700 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 52.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX.

El material fotográfico está disponible en <http://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion>

Para más información, visite www.henkel.es o siga las cuentas oficiales de  Twitter e  Instagram: @henkeliberica

Contacto:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bcw-global.com

Eva Soler – eva.soler@bcw-global.com