



## Henkel apresenta bom crescimento orgânico de vendas no primeiro trimestre de 2026

- **Vendas do Grupo: cerca de 5 bilhões de euros, crescimento orgânico +1,7%**
- **Crescimento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio, cada uma com volumes positivos e desenvolvimentos de preços:**
  - Adhesive Technologies: crescimento orgânico das vendas de 1,7%
  - Consumer Brands: crescimento orgânico das vendas de 1,8%
- **Execução bem-sucedida da estratégia de crescimento de M&A:**
  - Cinco transações representando um volume total de vendas de cerca de 1,6 bilhão de euros
  - Três negócios já foram concluídos com sucesso: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems e Not Your Mother's
- **Programa de recompra de ações de cerca de 1 bilhão de euros concluído com sucesso no final de março**
- **Perspectivas para o ano fiscal de 2026 inalteradas:**
  - Crescimento orgânico das vendas: de 1% a 3%
  - Retorno ajustado sobre vendas: 14,5% a 16%
  - Lucro ajustado por ação preferencial (EPS): aumento na faixa percentual baixa a alta de um dígito (a taxas de câmbio constantes)

**Düsseldorf, 7 de maio de 2026** – A Henkel gerou vendas do Grupo em cerca de 5 bilhões de euros no primeiro trimestre de 2026 e alcançou um bom crescimento orgânico de 1,7%. O aumento foi impulsionado por ambas as unidades de negócio, cada uma com evolução positiva de volume e preços.

“Estamos consistentemente executando nossa agenda estratégica e investindo na expansão de nossos negócios. Isso também inclui as aquisições recentemente anunciadas em ambas as unidades de negócio, que juntas representam quase 1,6 bilhão de euros em vendas adicionais. Enquanto isso, já fechamos com sucesso três das cinco transações. A perspectiva para 2026 permanece inalterada. Continuamos vendo a Henkel bem encaminhada para um crescimento sustentável e lucrativo”, disse o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

## Desenvolvimento de vendas por unidade de negócios

em bilhões de euros	Vendas		+/-	Orgânica
	Q1/2025	Q1/2026		
Grupo Henkel	5.242	<b>4.952</b>	-5.5%	<b>1.7%</b>
Adhesive Technologies	2.715	<b>2.627</b>	-3.2%	<b>1.7%</b>
Consumer Brands	2.484	<b>2.285</b>	-8.0%	<b>1.8%</b>

O bom crescimento orgânico das vendas na unidade **de Adhesives Technologies** no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente por um forte crescimento na área de Mobility&Electronics. O bom desenvolvimento orgânico de vendas na unidade **de Consumer Brands** se deveu principalmente a um forte aumento na área de negócios de Hair.

## Desempenho em vendas do Grupo

**As vendas do Grupo no Primeiro trimestre de 2026** foram de 4.952 bilhões de euros. **Nominalmente** uma diminuição de -5,5% em comparação com o trimestre do ano anterior (5.242 bilhões de euros). **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio estrangeiro e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,7%. Tanto o preço quanto o volume mostraram um desenvolvimento positivo. Aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -2,1%. Os efeitos cambiais também tiveram um impacto negativo no desempenho das vendas de -5,2%

## Desempenho em vendas do Grupo

em bilhões de euros	Q1/2025	Q1/2026
<b>Vendas</b>	<b>5.242</b>	<b>4.952</b>
<b>Mudança em relação ao ano anterior</b>	<b>-1.4%</b>	<b>-5.5%</b>
Câmbio	-1.4%	-5.2%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>0.0%</b>	<b>-0.4%</b>
Aquisições/desinvestimentos	1.1%	-2.1%
<b>Orgânica</b>	<b>-1.0%</b>	<b>1.7%</b>
Valor	1.4%	<b>0.7%</b>
Volume	-2.4%	<b>1.0%</b>

O desenvolvimento orgânico de vendas na **Europa** foi de -3,4% no primeiro trimestre. Na região do **IMEA**, as vendas aumentaram organicamente 12,8%. O desempenho orgânico nas vendas foi positivo na **América do Norte** em 0,9%. Na **América Latina**, as vendas orgânicas foram -3,1% abaixo do trimestre do ano anterior. Na **Ásia-Pacífico** a região alcançou crescimento orgânico de vendas de 10,3%.

## Desempenho de vendas por região

	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
<b>em bilhões de euros</b>							
<b>Vendas de janeiro a março de 2026</b>	<b>1.919</b>	<b>522</b>	<b>1.231</b>	<b>372</b>	<b>868</b>	<b>41</b>	<b>4.952</b>
Vendas de janeiro a março de 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	<b>5.242</b>
Variação em relação ao trimestre do ano anterior	-3.6%	-7.1%	-13.8%	-1.0%	2.8%	–	<b>-5.5%</b>
Orgânica	-3.4%	12.8%	0.9%	-3.1%	10.3%	–	<b>1.7%</b>
<b>Proporção de vendas do grupo 2026</b>	<b>39%</b>	<b>11%</b>	<b>25%</b>	<b>8%</b>	<b>18%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporção de vendas do grupo 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

Pela localização da empresa.

## Adhesive Technologies: Desempenho de vendas

A unidade de negócios Adhesive Technologies alcançou **vendas** de 2.627 bilhões de euros no **primeiro trimestre de 2026**, representando uma **queda nominal** de -3,2% em comparação com o trimestre do ano anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado por câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,7% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, impulsionadas por desenvolvimentos positivos tanto no preço quanto no volume. O efeito cambial reduziu as vendas em -5,2%. Aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto ligeiramente positivo de 0,2%.

### Desempenho de vendas em Adhesives Technologies

em bilhões de euros	Q1/2025	Q1/2026
<b>Vendas</b>	<b>2.715</b>	<b>2.627</b>
Proporção das vendas do Grupo	52%	53%
<b>Mudança em relação ao ano anterior</b>	<b>1.4%</b>	<b>-3.2%</b>
Câmbio	-1.0%	-5.2%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>2.4%</b>	<b>1.9%</b>
Aquisições/desinvestimentos	1.3%	0.2%
<b>Orgânica</b>	<b>1.1%</b>	<b>1.7%</b>
Valor	0.6%	0.4%
Volume	0.5%	1.3%

O bom desempenho orgânico de vendas da unidade de negócios Adhesive Technologies no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pela **área de Mobility & Eletronics**, que registrou um forte crescimento orgânico de vendas de 6,7%. Esse crescimento foi impulsionado pelos negócios de Eletronics e Industrial, enquanto o setor Automotivo declinou em um ambiente desafiador contínuo. A área **Packaging & Consumer Goods** apresentou um desenvolvimento orgânico positivo das vendas de 0,5% no geral, impulsionado por um bom desempenho no negócio de Bens de Consumo. Em contraste, o negócio de embalagens registrou uma leve queda. A área **de negócios Craftsmen, Construction & Professional** registrou uma queda nas vendas orgânicas de -2,3% em comparação com o trimestre do ano anterior. Esse desenvolvimento se deveu ao setor de Consumer & Construction, enquanto o de General Manufacturing & Maintenance registrou crescimento positivo.

## Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em bilhões de euros	Vendas			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Orgânica
Adhesive Technologies	2.715	<b>2.627</b>	-3.2%	<b>1.7%</b>
Mobility & Eletronic	966	<b>977</b>	1.1%	<b>6.7%</b>
Packaging & Consumer Goods	804	<b>758</b>	-5.7%	<b>0.5%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	945	<b>892</b>	-5.7%	<b>-2.3%</b>

Do ponto de vista regional, o desempenho da unidade de negócios Adhesive Technologies variou, no geral. Na **Europa**, as vendas orgânicas ficaram abaixo do trimestre anterior devido aos desenvolvimentos nas três áreas de negócio. A **região da América do Norte** apresentou um desenvolvimento de vendas estável em um ambiente de mercado desafiador, apoiado por um bom desenvolvimento orgânico de vendas na área de Mobility & Eletronics. A região **IMEA** alcançou um crescimento orgânico muito forte nas vendas, impulsionado especialmente por um aumento orgânico de dois dígitos nas áreas de Mobility & Eletronics e Packaging & Consumer Goods. A região **da América Latina** registrou queda no crescimento nas áreas de Mobility & Eletronics e Packaging & Consumer Goods. A região **Ásia-Pacífico** registrou crescimento orgânico de dois dígitos, especialmente impulsionado por um aumento de dois dígitos nas vendas do setor de eletrônicos na China.

## Consumer Brands: Desempenho em vendas

Na unidade de negócios de Consumer Brands, **as vendas no primeiro trimestre de 2026** totalizaram 2.285 bilhões de euros, uma **queda nominal** de -8,0% em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado por câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,8%. A unidade de negócios registrou um crescimento positivo de preços e volume em comparação com o primeiro trimestre de 2025. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -5,2% nas vendas. Aquisições/desinvestimentos também reduziram as vendas em -4,6%.

### Desempenho em vendas de Consumer Brands

em bilhões de euros	Q1/2025	Q1/2026
<b>Vendas</b>	<b>2.484</b>	<b>2.285</b>
Proporção das vendas do Grupo	47%	46%
<b>Mudança em relação ao ano anterior</b>	<b>-4.6%</b>	<b>-8.0%</b>
Câmbio	-2.0%	-5.2%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>-2.7%</b>	<b>-2.8%</b>
Aquisições/desinvestimentos	0.8%	-4.6%
<b>Orgânica</b>	<b>-3.5%</b>	<b>1.8%</b>
Valor	2.0%	1.1%
Volume	-5.5%	0.7%

No primeiro trimestre, a área **de negócios de Laundry & Home Care** apresentou um desenvolvimento orgânico estável de 0,1%. O negócio de Laundry Care apresentou um leve declínio no geral, principalmente devido à categoria de Fabric Cleaning, enquanto a categoria de Fabric Care registrou crescimento significativo. O negócio de Home Care, por outro lado, alcançou um crescimento orgânico positivo nas vendas, impulsionado principalmente pelo crescimento de dois dígitos na categoria de Hand Dishwashing. A área **de Hair** alcançou um forte aumento orgânico nas vendas de 5,1%. O setor de Consumer registrou um crescimento muito forte, com a maior contribuição vindo da categoria de Hair Colorants. O setor de Professional também apresentou um desenvolvimento muito forte.

A área **de Other Consumer Businesses** registrou um crescimento orgânico positivo das vendas de 0,5%, impulsionado principalmente pelo crescimento significativo das vendas orgânicas no negócio de Cuidados Corporais na região da América do Norte.

## Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em bilhões de euros	Vendas			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Orgânica
Consumer Brands	2.484	<b>2.285</b>	-8.0%	<b>1.8%</b>
Laundry & Home Care	1.550	<b>1.352</b>	-12.8%	<b>0.1%</b>
Hair	792	<b>797</b>	0.7%	<b>5.1%</b>
Other Consumer Businesses	142	<b>136</b>	-4.8%	<b>0.5%</b>

Do ponto de vista regional, o desenvolvimento orgânico das vendas em todas as regiões – com exceção da Europa – foi superior ao nível do ano anterior. A **região IMEA** registrou um aumento orgânico de dois dígitos, impulsionado por um crescimento orgânico de dois dígitos nas áreas de Laundry & Home Care e Hair. **A Europa**, por outro lado, registrou queda em razão da área de Laundry & Home Care, enquanto a área de Hair apresentou um desenvolvimento positivo. A **região da América do Norte** registrou um bom crescimento orgânico das vendas, impulsionado por um forte aumento nas vendas na área de negócios de Hair. A **região Ásia-Pacífico** apresentou um crescimento de vendas muito forte, impulsionado por um crescimento orgânico de dois dígitos na área de negócios de cabelo. A **região da América Latina** gerou um bom crescimento orgânico nas vendas, impulsionado pelas áreas de Laundry & Home Care e Hair.

### Ativos líquidos e situação financeira do Grupo

Nenhuma alteração substancial nos ativos líquidos e na posição financeira do Grupo ocorreu no período em análise em comparação com a situação em 31 de dezembro de 2025.

### Perspectivas para o Grupo Henkel

Para o ano atual, a Henkel continua esperando **um crescimento orgânico das vendas** entre 1% e 3%. Para a unidade de negócios Adhesive Technologies, espera-se um crescimento orgânico das vendas na faixa de 1% a 3,0%. Para Consumer Brands, prevemos um aumento orgânico nas vendas de 0,5% a 2,5%.

**O retorno ajustado sobre vendas (margem EBIT ajustada)** ainda deve estar na faixa de 14,5% a 16%. O retorno ajustado sobre vendas deve ser entre 16,5% e 18% para Adhesive Technologies e entre 14% e 15,5% para Consumer Brands.

**O lucro ajustado por ação preferencial (EPS)** a taxas de câmbio constantes ainda deve aumentar na faixa percentual baixa a alta de um dígito.

Além disso, temos as seguintes expectativas para 2026:

- Aquisições/desinvestimentos: efeito positivo na faixa percentual baixa de um dígito no crescimento nominal das vendas (anteriormente: efeito neutro a levemente negativo)
- Transversão das vendas em moedas estrangeiras: impacto negativo na faixa percentual baixa de um dígito

- Preços de materiais diretos: alto aumento percentual de um dígito em comparação com a média do ano anterior (anteriormente: baixo aumento percentual de um dígito)<sup>1</sup>
- Despesas de reestruturação de 150 a 200 milhões de euros
- Saídas de caixa de investimentos em propriedades, equipamentos, equipamentos e ativos intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros

<sup>1</sup> Desenvolvimento bruto direto do preço das matérias, ou seja, antes das contramedidas.

## **Calendário financeiro**

### **Publicação do Relatório Semestral 2026:**

quinta-feira, 6 de agosto de 2026

### **Publicação da Declaração Trimestral do 3º trimestre de 2026:**

terça-feira, 10 de novembro de 2026

## **Sobre Henkel**

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança de mercado em todo o mundo nos setores industrial e de bens de consumo. A unidade de negócios Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos. Com a divisão de Consumer Brands, a empresa ocupa posições de liderança, especialmente em lavanderia e cuidados domésticos e produtos para cabelo, em diversos mercados e categorias ao redor do mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No ano fiscal de 2025, a Henkel registrou vendas de cerca de 20,5 bilhões de euros e lucro operacional ajustado de cerca de 3 bilhões de euros. As ações preferenciais da Henkel são negociadas no índice DAX da bolsa de valores alemã. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa possui uma estratégia clara de sustentabilidade com metas específicas. A Henkel foi fundada em 1876 e hoje emprega uma equipe diversificada de cerca de 47.000 pessoas em todo o mundo – unidas por uma forte cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: “Pioneiros de coração para o bem das gerações”. Mais informações em [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

## **Sobre a Henkel Brasil**

A Henkel está presente no Brasil há 70 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies, bem como em Consumer Brands, com marcas reconhecidas, como Cascola, Loctite, Pritt, Bonderite e Schwarzkopf Professional. A Henkel Brasil conta com cerca de 1.000 profissionais distribuídos nas plantas de Itapevi e Jundiaí, além de um Centro de Distribuição, em Jundiaí, e uma ASK Academy localizada na Avenida Paulista, em São Paulo. Em 2026, a Henkel inaugurou o Inspiration Center Jundiaí. Com investimento de R\$ 232,5 milhões, o complexo de 5 mil metros quadrados consolida-se como o novo centro de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) de Adhesive Technologies na América Latina, reunindo mais de 20 laboratórios e um edifício em madeira engenheirada, que abriga o escritório administrativo da companhia no Brasil.

## **Contatos com a imprensa: InPress Porter Novelli**

### **Rafael Bullara**

(11) 99688-6553 – [rafael.bullara@inpresspni.com.br](mailto:rafael.bullara@inpresspni.com.br) / [imprensahenkel@inpresspni.com.br](mailto:imprensahenkel@inpresspni.com.br)