



Press Release

30 de outubro, 2026

Henkel publica resultados preliminares do 3.º trimestre de 2026

Henkel regista um crescimento orgânico das vendas muito forte no terceiro trimestre e atualiza as perspetivas para 2026

Düsseldorf – A Henkel publicou hoje os resultados preliminares do 3.º trimestre de 2026. As **vendas do Grupo** aumentaram 11,0% em termos **nominais** face ao período homólogo do ano anterior, atingindo 5.713 milhões de euros. Isto corresponde a um **crescimento orgânico das vendas** muito forte de 6,5%. O crescimento foi impulsionado por uma evolução positiva dos preços e dos volumes em ambas as unidades de negócio.

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** alcançou um crescimento orgânico das vendas significativo de 7,9% no terceiro trimestre, com todas as áreas de negócio a contribuírem para o crescimento. A unidade de negócio **Consumer Brands** alcançou um crescimento orgânico das vendas muito forte de 4,8%, impulsionado pelas áreas de negócio Laundry & Home Care e Hair.

Além disso, com base no desempenho do negócio no terceiro trimestre e nos pressupostos para o restante do ano, a **Henkel atualizou hoje as suas expectativas quanto à evolução das vendas e dos resultados para o conjunto do ano de 2026**, da seguinte forma:

- **Crescimento orgânico das vendas:**
 - Grupo: 3,0% a 4,0% (anteriormente: 1,5% a 3,5%)
 - Adhesive Technologies: 4,5% a 5,5% (anteriormente: 2,0% a 4,0%)
 - Consumer Brands: 1,5% a 2,5% (anteriormente: 0,5% a 2,5%)
- **Rentabilidade das vendas ajustada*:**
 - Grupo: cerca de 15% (anteriormente: 14,5% a 16,0%)
 - Adhesive Technologies: cerca de 16,5% (anteriormente: 16,5% a 18,0%)
 - Consumer Brands: cerca de 15% (anteriormente: 14,0% a 15,5%)

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE



Persil



* Ajustado para despesas e receitas extraordinárias de carácter pontual, bem como para despesas de reestruturação.

- **Resultado ajustado* por ação preferencial (EPS):**

- Aumento na ordem de um dígito médio (em percentagem), a taxas de câmbio constantes (anteriormente: aumento na ordem de um dígito baixo a alto, em percentagem, a taxas de câmbio constantes)

«O forte desempenho do nosso negócio no terceiro trimestre volta a sublinhar a execução consistente da nossa estratégia de crescimento com propósito. Num contexto de mercado que continua desafiante, alcançámos um crescimento orgânico das vendas muito forte. Ao mesmo tempo, reforçámos ainda mais o nosso portefólio através de aquisições estrategicamente atrativas, criando oportunidades de crescimento adicionais em ambas as unidades de negócio. Ao atualizarmos as nossas previsões para 2026, reafirmamos o nosso claro compromisso com um crescimento sustentável e rentável», afirmou Carsten Knobel, CEO da Henkel.

Resultados preliminares do terceiro trimestre de 2026

De acordo com os números preliminares, a Henkel registou **vendas do Grupo** de 5.713 milhões de euros no terceiro trimestre de 2026. Isto corresponde a um aumento **nominal** de dois dígitos, de 11,0%, face ao trimestre homólogo do ano anterior. O **crescimento orgânico das vendas**, ou seja, ajustado dos efeitos cambiais e de aquisições/alienações, ascendeu a 6,5%. Este crescimento foi impulsionado por todas as regiões e por ambas as unidades de negócio. Ao nível do Grupo, a evolução dos preços foi de 5,4%, enquanto os volumes aumentaram 1,1%.

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou **vendas** de 3.027 milhões de euros no terceiro trimestre de 2026. Isto corresponde a um aumento **nominal** de 11,8% face ao trimestre homólogo do ano anterior. O **crescimento orgânico das vendas** ascendeu a 7,9%. Este aumento foi impulsionado sobretudo por uma forte evolução dos preços, de 7,2%, combinada com um crescimento positivo dos volumes de 0,7%.

A unidade de negócio **Consumer Brands** gerou **vendas** de 2.643 milhões de euros no terceiro trimestre de 2026, o que representa um aumento **nominal** de 10,1% face ao trimestre homólogo do ano anterior. O **crescimento orgânico das vendas** ascendeu a 4,8%, impulsionado por uma evolução claramente positiva dos preços, de 3,2%, e por um bom crescimento dos volumes, de 1,6%.

Outras expectativas para o exercício de 2026

Além disso, prevê agora o seguinte para o exercício de 2026:

- **Aquisições/alienações:** impacto positivo na ordem de um dígito baixo, em percentagem
- **Conversão cambial das vendas em moeda estrangeira:** impacto negativo na ordem de um dígito baixo, em percentagem
- **Preços dos materiais diretos:** aumento de cerca de 10% face à média do ano anterior¹ (anteriormente: aumento na ordem de um dígito alto, em percentagem, face à média do ano anterior²)
- **Despesas de reestruturação:** 200 a 250 milhões de euros (anteriormente: 150 a 200 milhões de euros)
- **Saídas de caixa decorrentes de investimentos em ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis:** 650 a 750 milhões de euros

A Henkel apresentará mais pormenores sobre a evolução do negócio no terceiro trimestre e nos primeiros nove meses de 2026 a 10 de novembro, conforme previsto.

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança de mercado a nível mundial, tanto nos negócios industriais como de consumo. A unidade de negócio Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos. Já com Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança sobretudo nas categorias de laundry & home care e hair, em muitos mercados e categorias em todo o mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No ano fiscal de 2025, a Henkel registou vendas de cerca de 20,5 mil milhões de euros e um resultado operacional ajustado de aproximadamente 3,0 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice bolsista alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa conta com uma estratégia clara nesta área, com objetivos específicos definidos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega atualmente cerca de 50.000 pessoas em todo o mundo, que formam uma equipa diversa, unida por uma forte cultura corporativa, valores partilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations." Mais informações em <http://www.henkel.pt/>

Informações adicionais:

GCI Media Group | Media Consulting

Catarina Maças | T: +351 910 906 007 | catarina.macas@gcimedia.pt

Vera Rebola | T: +351 910 960 222 | vera.rebola@gcimedia.pt

* Ajustado de despesas e receitas não recorrentes, bem como de despesas de reestruturação

¹ Evolução bruta dos preços, ou seja, antes de medidas de compensação