# INFORMACIÓN TRIMESTRAL Q3 2026

JULIO – SEPTIEMBRE

Los sólidos resultados del tercer trimestre y la actualización de las previsiones ponen de manifiesto el éxito de nuestra estrategia de crecimiento.

## Henkel registra un crecimiento de las ventas muy sólido en el tercer trimestre

- **Las ventas del Grupo han aumentado un 11,0% hasta los 5.700 millones de euros, con un crecimiento orgánico del 6,5%**
- **Adhesive Technologies: crecimiento orgánico significativo de las ventas del 7,9%, con una fuerte evolución de los precios y un comportamiento positivo del volumen**
- **Consumer Brands: crecimiento orgánico muy sólido de las ventas del 4,8%, con una evolución significativamente positiva tanto de los precios como del volumen**
- **Crecimiento orgánico de las ventas impulsado por todas las regiones**
- **Las cinco adquisiciones anunciadas en 2026 se han cerrado con éxito:**
  - Expansión hacia dos negocios adyacentes en Adhesive Technologies
  - Refuerzo del negocio de Hair en la unidad de negocio Consumer Brands
- **Previsiones para el ejercicio 2026 actualizadas:**
  - Crecimiento orgánico de las ventas: entre el 3,0% y el 4,0% (anteriormente: entre el 1,5% y el 3,5%)
  - Margen sobre ventas ajustado: en torno al 15% (anteriormente: entre el 14,5% y el 16,0%)
  - Beneficio por acción preferente (BPA) ajustado: aumento de un dígito medio a tipos de cambio constantes (anteriormente: aumento de un dígito bajo a alto a tipos de cambio constantes)

**Barcelona, 10 de noviembre de 2026** – Pese a un entorno de mercado persistentemente complicado, Henkel ha registrado un crecimiento de las ventas muy sólido en el **tercer trimestre de 2026**, con unas **ventas del Grupo** de en torno a 5.700 millones de euros. Esto supone un crecimiento orgánico del 6,5%. El crecimiento ha estado impulsado por la evolución positiva de los precios y del volumen en ambas unidades de negocio. Henkel ya había publicado a finales de octubre sus cifras preliminares del tercer trimestre y una previsión actualizada para el conjunto del año, en la que elevaba sus expectativas de ventas y acotaba sus previsiones de resultados.

*"Nuestro crecimiento orgánico de las ventas se ha acelerado de forma significativa en el tercer trimestre, impulsado por un rendimiento muy sólido en ambas unidades de negocio. Resulta especialmente alentador que sigamos viendo una evolución positiva tanto de los precios como del volumen, que ha aumentado por quinto trimestre consecutivo. El buen desempeño del negocio en el tercer trimestre pone de manifiesto la fortaleza de nuestro negocio y la ejecución coherente de nuestra agenda de crecimiento*", ha afirmado Carsten Knobel, CEO de Henkel.

"*Al mismo tiempo, seguimos avanzando en el desarrollo estratégico de nuestra cartera con un enfoque claro y coherente. Las cinco adquisiciones anunciadas a lo largo de este año ya se han completado con éxito. Con nuestras adquisiciones más recientes, reforzamos nuestro negocio principal, nos expandimos hacia nuevas áreas de negocio atractivas y generamos oportunidades de crecimiento adicionales para ambas unidades de negocio: en Adhesive Technologies hemos ampliado nuestra cartera con cintas adhesivas especiales de alto rendimiento de base acuosa, así como con recubrimientos especiales para materiales flexibles. En Consumer Brands hemos reforzado nuestro negocio global de Hair, tanto en el segmento de consumo como en el profesional.*

*Nuestras recientes adquisiciones representan conjuntamente unas ventas de en torno a 1.600 millones de euros. En los próximos años esperamos que crezcan por encima de la media, en un rango de un dígito medio a alto, y que alcancen unas ventas anuales de unos 2.000 millones de euros en 2030. Esto reforzará aún más nuestra agenda de crecimiento*", ha añadido Carsten Knobel.

*"Con la actualización de nuestras previsiones para 2026, reafirmamos nuestra ambición de lograr un crecimiento sostenible y rentable. Ahora esperamos un mayor crecimiento orgánico de las ventas y, al mismo tiempo, acotamos nuestra previsión de beneficios para reflejar el mayor aumento de los costes de las materias primas, en particular en Adhesive Technologies."*

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** ha registrado un crecimiento orgánico significativo de las ventas en el tercer trimestre, respaldado por todas las áreas de negocio. En la unidad de negocio **Consumer Brands**, el crecimiento orgánico de las ventas ha sido muy sólido, impulsado tanto por el área de cuidado de la ropa y el hogar (Laundry & Home Care) como por el de Hair.

## Evolución de las ventas del Grupo

Las **ventas del Grupo** han registrado un **crecimiento nominal de dos dígitos en el tercer trimestre de 2026**, al aumentar un 11,0% hasta los 5.713 millones de euros. Los efectos de adquisiciones y desinversiones han incrementado las ventas en un 4,4%. Los efectos del tipo de cambio han tenido un impacto neutro en las ventas. De **forma orgánica** (es decir, ajustadas por tipo de cambio y por adquisiciones y desinversiones), las ventas han aumentado un 6,5%. Este crecimiento se ha debido a la evolución positiva de los precios y del volumen a nivel de Grupo.

En los primeros **nueve meses de 2026**, las **ventas** han ascendido a 16.061 millones de euros, lo que equivale a un **aumento nominal** del 3,3%. **De forma orgánica**, Henkel ha registrado un crecimiento de las ventas muy sólido del 4,3%, impulsado igualmente por la evolución positiva de los precios y del volumen.

Todas las regiones han contribuido al crecimiento orgánico de las ventas, muy sólido, registrado en el **tercer trimestre.** Las regiones de **IMEA** y **Asia-Pacífico** han registrado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos y significativo, respectivamente. Las regiones de **Europa, Norteamérica** y **Latinoamérica** también han registrado un crecimiento orgánico de las ventas con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Casi todas las regiones han contribuido al crecimiento orgánico de las ventas, muy sólido, de Henkel en los **primeros nueve meses de 2026.** Las regiones de **IMEA** y **Asia-Pacífico** han registrado el mayor crecimiento orgánico de las ventas. En cambio, **Europa** ha experimentado un ligero descenso global del crecimiento orgánico de las ventas en comparación con el mismo período del año anterior.

## Evolución de las ventas de Adhesive Technologies

En el **tercer trimestre de 2026**, la unidad de negocio Adhesive Technologies ha generado unas **ventas** de 3.027 millones de euros. Esto representa un aumento nominal del 11,8 % respecto al mismo trimestre del año anterior. En términos **orgánicos** (es decir, ajustados por los efectos del tipo de cambio y las adquisiciones/desinversiones), las ventas han aumentado un 7,9 %. Este crecimiento ha estado impulsado principalmente por una sólida evolución de los precios, junto con una evolución positiva de los volúmenes. Los efectos del tipo de cambio han incrementado las ventas en un 1,1 %. Las adquisiciones/desinversiones también han tenido un impacto positivo del 2,7 %.

En los **nueve primeros meses de 2026**, la unidad de negocio Adhesive Technologies ha registrado un crecimiento **nominal** de las ventas del 5,4 %, hasta alcanzar los 8.561 millones de euros. En términos **orgánicos**, Adhesive Technologies ha logrado un crecimiento muy sólido de las ventas del 5,7 %.

El significativo crecimiento orgánico de las ventas de la unidad de negocio Adhesive Technologies durante el tercer trimestre ha estado impulsado especialmente por las áreas de negocio Mobility & Electronics y Packaging & Consumer Goods. El área de negocio **Mobility & Electronics** ha registrado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, del 12,1 %. Tanto los negocios de Electronics como de Industrial han registrado tasas de crecimiento de dos dígitos. A pesar de que el entorno de mercado sigue siendo moderado, las ventas del negocio de Automotive han presentado una evolución muy positiva en su conjunto. El área de negocio **Packaging & Consumer Goods** ha registrado un notable crecimiento orgánico de las ventas del 9,8 %, respaldado por ambos negocios. Por su parte, el área de negocio **Craftsmen, Construction & Professional** ha alcanzado un crecimiento orgánico de las ventas del 2,1 %, con una sólida contribución del negocio de General Manufacturing & Maintenance. El negocio de Consumer & Construction ha registrado un crecimiento positivo de las ventas en su conjunto.

Desde una perspectiva regional, la unidad de negocio Adhesive Technologies ha registrado un sólido crecimiento orgánico de las ventas en **Europa** durante el tercer trimestre, impulsado por el crecimiento orgánico de dos dígitos del área de negocio Mobility & Electronics y la evolución muy positiva de las ventas del área de negocio Packaging & Consumer Goods. **Norteamérica** ha registrado un crecimiento orgánico muy sólido de las ventas, al que han contribuido todas las áreas de negocio. En la región de **IMEA**, Adhesive Technologies ha alcanzado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, con contribuciones de dos dígitos de las tres áreas de negocio. La región de **Latinoamérica** ha registrado un sólido crecimiento orgánico de las ventas, impulsado por las áreas de negocio Mobility & Electronics y Packaging & Consumer Goods. Por último, la región de **Asia-Pacífico** ha registrado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, debido especialmente al aumento de dos dígitos de los negocios de Electronics e Industrial.

## Evolución de las ventas de Consumer Brands

Las **ventas** de la unidad de negocio Consumer Brands han aumentado **nominalmente** un 10,1 % interanual en el tercer trimestre de 2026, hasta alcanzar los 2.643 millones de euros. En términos orgánicos (es decir, ajustados por los efectos del tipo de cambio y las adquisiciones/desinversiones), la unidad de negocio ha registrado un crecimiento muy sólido de las ventas del 4,8 %. Este crecimiento ha estado impulsado por una evolución positiva tanto de los precios como de los volúmenes. Los efectos del tipo de cambio han reducido las ventas en un 1,2 %. Las adquisiciones/desinversiones, especialmente las recientes adquisiciones de OLAPLEX y «Not Your Mother's», han contribuido positivamente a las ventas en un 6,4 %.

**En los nueve primeros meses de 2026**, las ventas generadas por la unidad de negocio Consumer Brands han ascendido a 7.376 millones de euros, lo que representa un aumento **nominal** del 0,9 % respecto al mismo periodo del año anterior. En términos orgánicos, las ventas han registrado un buen crecimiento del 2,8 %, impulsado por una evolución positiva de los precios y los volúmenes.

En el tercer trimestre, el área de negocio de **Laundry & Home Care** ha registrado un crecimiento orgánico muy sólido de las ventas del 6,0 %. El negocio de cuidado de la ropa ha presentado una evolución muy positiva de las ventas en su conjunto, impulsada especialmente por el fuerte crecimiento de la categoría de detergentes para ropa y el notable aumento de las ventas en la categoría de cuidado de los tejidos. Por su parte, el negocio de cuidado del hogar ha registrado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, gracias especialmente a la categoría de lavavajillas manual.

El área de negocio de **Hair** ha alcanzado un sólido crecimiento orgánico de las ventas del 4,0 %. El negocio de consumo ha registrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas, respaldado especialmente por las categorías de cuidado y coloración. El negocio profesional ha logrado un crecimiento muy sólido de las ventas.

**Otros negocios de consumo** han registrado un descenso de las ventas orgánicas del -1,2 %, atribuible principalmente al negocio de cuidado corporal en Europa.

Desde una perspectiva regional, la unidad de negocio Consumer Brands ha registrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas en la región de **Europa** durante el tercer trimestre, con una buena evolución tanto en el área de negocio de Laundry & Home Care como en Hair. La región de **Norteamérica** también ha registrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas, gracias especialmente al área de negocio de Hair. La región de **IMEA** ha alcanzado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, impulsado por tasas de crecimiento de dos dígitos tanto en el área de negocio de Laundry & Home Care como en la de Hair. La región de **Latinoamérica** ha registrado un crecimiento orgánico muy sólido de las ventas, impulsado principalmente por el área de negocio de Laundry & Home Care. Por el contrario, la región de **Asia-Pacífico** se ha situado ligeramente por debajo del nivel del año anterior. Mientras que el área de negocio de Hair ha logrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas, la evolución del área de Laundry & Home Care ha quedado por debajo del nivel del ejercicio anterior.

## Activos netos y situación financiera del Grupo

Durante el periodo analizado no se han producido cambios sustanciales en los activos netos ni en la situación financiera del Grupo en comparación con la situación a 30 de junio de 2026.

## Previsiones para el Grupo Henkel

Sobre la base de la sólida evolución del negocio durante el tercer trimestre y de las previsiones para el resto del año, Henkel ha actualizado el 29 de octubre de 2026 sus previsiones sobre la evolución de las ventas y los resultados para el ejercicio fiscal 2026.

Para el ejercicio actual, Henkel espera un **crecimiento orgánico de las ventas** de entre el 3,0 % y el 4,0 % para el Grupo (anteriormente: entre el 1,5 % y el 3,5 %). Para la unidad de negocio Adhesive Technologies, se prevé un crecimiento orgánico de las ventas de entre el 4,5 % y el

5,5 % (anteriormente: entre el 2,0 % y el 4,0 %). Para la unidad de negocio Consumer Brands, se espera un incremento de entre el 1,5 % y el 2,5 % (anteriormente: entre el 0,5 % y el 2,5 %).

Se prevé que la **rentabilidad ajustada sobre ventas** (margen EBIT ajustado) del Grupo se sitúe en torno al 15 % (anteriormente: entre el 14,5 % y el 16,0 %). Para Adhesive Technologies, se espera que la rentabilidad ajustada sobre ventas alcance aproximadamente el 16,5 % (anteriormente: entre el 16,5 % y el 18,0 %), mientras que para Consumer Brands se prevé que se sitúe en torno al 15 % (anteriormente: entre el 14,0 % y el 15,5 %).

En cuanto al **beneficio por acción preferente ajustado** (BPA), se espera un incremento porcentual de un dígito medio a tipos de cambio constantes (anteriormente: un incremento porcentual de entre un dígito bajo y uno alto a tipos de cambio constantes).

Además, para 2026 se contemplan las siguientes previsiones:

- **Adquisiciones/desinversiones**: impacto positivo de un porcentaje bajo de un solo dígito.
- **Conversión de las ventas en moneda extranjera**: impacto negativo de un porcentaje bajo de un solo dígito.
- **Precios de las materias primas directas**: aumento de aproximadamente un 10 % respecto al promedio del año anterior[1] (anteriormente: aumento porcentual de un dígito alto respecto al promedio del año anterior[1]).
- **Gastos de reestructuración**: entre 200 y 250 millones de euros (anteriormente: entre 150 y 200 millones de euros).
- **Salidas de efectivo por inversiones en inmovilizado material e intangible**: entre 650 y 750 millones de euros.

[1] Evolución bruta de los precios, es decir, antes de aplicar medidas compensatorias.

**Sobre Henkel**
Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones líderes en el mercado mundial en los negocios industriales y de consumo. La unidad de negocio Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en cuidado de la ropa y el hogar y en cabello, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Wipp Express y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2025, Henkel reportó ventas de aproximadamente 20.5 mil millones de euros y un beneficio operativo ajustado de alrededor de 3.0 mil millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sostenibilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la compañía tiene una estrategia de sostenibilidad clara con objetivos específicos. Henkel fue fundada en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de aproximadamente 50.000 personas en todo el mundo, unidas por una sólida cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "Pioneers at heart for the good of generations" Más información en www.henkel.es El material fotográfico está disponible en https://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion o sigue a nuestras cuentas oficiales en X e Instagram: @henkeliberica

**Contacto:**
**Burson**
Tel: 932011028
Arnau Canals - arnau.canals@bursonglobal.com – +34 695 499 953
Carla González– carla.gonzalez@bursonglobal.com – +34 696 114 865