

Press Release

6 de noviembre de 2024

Se reiteran las perspectivas para el ejercicio 2024

Henkel sigue creciendo en el tercer trimestre

- Las ventas del Grupo se sitúan en torno a los 5.500 millones de euros, con un crecimiento orgánico del +3,3%
- Aumento orgánico de las ventas impulsado por ambas unidades de negocio:
 - Adhesive Technologies logra un fuerte crecimiento orgánico del +3,7%
 - Consumer Brands registra un buen crecimiento orgánico de las ventas del +2,7%
- Ampliación de los ambiciosos objetivos de protección del clima a través de la hoja de ruta "Neto Cero": las emisiones de gases de efecto invernadero se reducirán a Neto Cero para 2045.
- Se reiteran las previsiones de ventas y beneficios para el ejercicio 2024 - clara posibilidad de alcanzar la mitad superior del rango de beneficios

Bogotá – En el **tercer trimestre de 2024**, Henkel ha aumentado las **ventas del Grupo** hasta unos 5.500 millones de euros. Esto corresponde a un fuerte crecimiento orgánico del 3,3%, impulsado por una buena evolución de los precios y una tendencia general positiva del volumen a nivel de Grupo. En términos nominales, las ventas han aumentado un 1,0% en comparación con el trimestre del año anterior.

"En el tercer trimestre hemos seguido cumpliendo nuestros objetivos e impulsado el desarrollo de Henkel. Ambas unidades de negocio contribuyeron a ello con un mayor crecimiento orgánico. También en el tercer trimestre hemos logrado unos sólidos márgenes brutos, lo que nos permite seguir aumentando las inversiones de nuestros negocios y marcas. El margen EBIT ajustado ha mostrado un desarrollo correspondientemente fuerte. Esto demuestra que estamos en el buen camino según nuestra agenda de crecimiento", ha dicho **Carsten Knobel, CEO de Henkel**.

*"Estamos convencidos de que el ejercicio 2024 será otro año de éxito para Henkel y de que alcanzaremos nuestros objetivos de ventas y beneficios, que hemos elevado a lo largo del año. De ahí que hoy hayamos reiterado nuestras **perspectivas**. Respaldados por el sólido rendimiento del año hasta la fecha, vemos una clara oportunidad de alcanzar la mitad superior de los respectivos rangos de beneficios para el Grupo - esto se aplica tanto al margen EBIT ajustado como al crecimiento del BPA ajustado".*

Press Release

6 de noviembre de 2024

Henkel también ha seguido avanzando en la aplicación de su programa estratégico de crecimiento. En este sentido, Henkel está intensificando su compromiso con la sostenibilidad. Como parte de este proceso, Henkel ha desarrollado una hoja de ruta de cero emisiones netas, que incluye objetivos ampliados para reducir las emisiones en toda la cadena de valor.

"Todos tenemos que asumir nuestra responsabilidad y ayudar a limitar el calentamiento global a 1,5°C, como se establece en el Acuerdo Climático de París. Nuestra hoja de ruta, que ha sido validada por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), resume lo que estamos haciendo para lograr cero emisiones netas de gases de efecto invernadero en 2045. Para alcanzar este objetivo, aplicaremos una amplia gama de medidas en toda la cadena de valor", ha explicado **Carsten Knobel**.

Evolución de las ventas por unidad de negocio

en millones de euros	Ventas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgánico
Tercer trimestre				
Grupo Henkel	5.440	5.492	1,0%	3,3%
Adhesive Technologies	2.711	2.800	3,3%	3,7%
Consumer Brands	2.695	2.653	-1,6%	2,7%
Enero-septiembre	1-9/2023	1-9/2024		
Grupo Henkel	16.366	16.305	-0,4%	3,0%
Adhesive Technologies	8.186	8.275	1,1%	2,5%
Consumer Brands	8.060	7.919	-1,8%	3,7%

La unidad de negocio **Adhesive Technologies** ha logrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas en el tercer trimestre, apoyado por todas las áreas de negocio. El buen crecimiento orgánico de las ventas en la unidad de negocio **Consumer Brands** se ha visto impulsado principalmente por el área de negocio global **Hair**.

Evolución de las ventas del Grupo

Press Release

6 de noviembre de 2024

En el **tercer trimestre de 2024, las ventas del Grupo** han aumentado **nominalmente** un 1,0%, hasta los 5.492 millones de euros. Los efectos de las adquisiciones/desinversiones han aumentado las ventas un 1,2%. Los efectos del cambio de divisas han tenido un impacto negativo del -3,6% en el rendimiento de las ventas. Desde el punto de vista **orgánico** (es decir, ajustadas por el cambio de divisas y las adquisiciones/desinversiones), las ventas han aumentado un 3,3%. Este crecimiento se debe tanto a una buena evolución de los precios como a un desarrollo positivo general del volumen a nivel de Grupo.

En los **nueve primeros meses de 2024**, las **ventas** han ascendido a los 16.305 millones de euros. Esto equivale a un descenso nominal del -0,4%. Orgánicamente, Henkel ha logrado un fuerte crecimiento de las ventas del 3,0%, impulsado tanto por la evolución de los precios como del volumen.

Evolución de las ventas del Grupo

en millones de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Ventas	5.440	5.492	16.366	16.305
Variación respecto al año anterior	-9,0%	1,0%	-3,1%	-0,4%
Cambio de divisas	-6,3%	-3,6%	-3,9%	-2,4%
Ajustado al tipo de cambio	-2,7%	4,5%	0,8%	2,1%
Adquisiciones/desinversiones	-5,5%	1,2%	-3,4%	-1,0%
Orgánico	2,8%	3,3%	4,1%	3,0%
De los cuales, precio	8,3%	2,1%	10,8%	2,4%
De los cuales, volumen	-5,5%	1,2%	-6,7%	0,6%

Las regiones de **Europa, IMEA, Asia-Pacífico y Latinoamérica** han impulsado el crecimiento orgánico de las ventas en el **tercer trimestre**. La región de **América del Norte ha registrado** una evolución negativa de las ventas orgánicas en ambas unidades de negocio.



Press Release

6 de noviembre de 2024

Evolución de las ventas por regiones

en millones de euros	Europa	IMEA	América del Norte	Latinoamérica	Asia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Ventas¹ Julio-Septiembre 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Ventas ¹ Julio - Septiembre 2023	2.040	594	1.517	420	837	34	5.440
Variación respecto al año anterior	0,4%	-2,3%	-0,5%	-4,4%	9,3%	–	1,0%
Orgánico	0,7%	19,6%	-1,7%	6,1%	6,4%	–	3,3%
Proporción de las ventas del Grupo 2024	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%
Proporción de las ventas del Grupo 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Por localización de la empresa.

También en los **primeros nueve meses de 2024**, el fuerte crecimiento orgánico de las ventas de Henkel se ha visto impulsado por todas las regiones, con la excepción de Norteamérica.

Evolución de las ventas por regiones

en millones de euros	Europa	IMEA	América del Norte	Latinoamérica	Asia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Ventas¹ Enero - Septiembre 2024	6.118	1.712	4.542	1.265	2.556	111	16.305
Ventas ¹ Enero - Septiembre 2023	6.324	1.610	4.621	1.254	2.438	120	16.366
Variación respecto al año anterior	-3,3%	6,4%	-1,7%	0,8%	4,9%	–	-0,4%
Orgánico	1,4%	20,6%	-1,6%	2,1%	5,8%	–	3,0%
Proporción de las ventas del Grupo 2024	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%
Proporción de las ventas del Grupo 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Por localización de la empresa.

Press Release

6 de noviembre de 2024

Evolución de las ventas de Adhesive Technologies

La unidad de negocio Adhesive Technologies ha alcanzado unas **ventas** de 2.800 millones de euros en el **tercer trimestre de 2024**. Esto representa un aumento nominal del 3,3% en comparación con el trimestre del año anterior (año anterior: 2.711 millones de euros). **Orgánicamente** (es decir, ajustadas por el cambio de divisas y las adquisiciones/desinversiones), las ventas han aumentado un 3,7%. Este crecimiento se debe al fuerte desarrollo del volumen, mientras que los precios se han mantenido estables en comparación con el trimestre del año anterior. Los efectos del cambio de divisas han reducido las ventas un -3,3%. Las adquisiciones/desinversiones han tenido un impacto positivo del 2,8%.

En los **nueve primeros meses de 2024**, la unidad de negocio Adhesive Technologies ha registrado un crecimiento **nominal** de las ventas del 1,1%, hasta 8.275 millones de euros. **Orgánicamente**, Adhesive Technologies ha logrado un buen crecimiento de las ventas del 2,5%, impulsado principalmente por el volumen.

Resultados de ventas Adhesive Technologies

en millones de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Ventas	2.711	2.800	8.186	8.275
Proporción de las ventas del Grupo	50%	51%	50%	51%
Variación respecto al año anterior	-9,5%	3,3%	-3,3%	1,1%
Cambio de divisas	-6,5%	-3,3%	-3,6%	-2,4%
Ajustado al tipo de cambio	-3,0%	6,5%	0,3%	3,5%
Adquisiciones/desinversiones	-3,8%	2,8%	-3,0%	0,9%
Orgánico	0,8%	3,7%	3,3%	2,5%
De los cuales, precio	4,9%	-0,2%	8,3%	0,1%
De los cuales, volumen	-4,1%	3,9%	-5,0%	2,4%

El fuerte crecimiento orgánico de las ventas de la unidad de negocio Adhesive Technologies en el tercer trimestre ha estado impulsado por las tres áreas de negocio. El área de negocio de **Mobility & Electronics** ha logrado un fuerte aumento orgánico de las ventas del 3,9%. Esta evolución ha estado impulsada por el crecimiento de dos dígitos en el negocio de Electronics y un crecimiento muy fuerte en el negocio Industrial. Las ventas del negocio de Automotive han disminuido en conjunto debido a la ralentización de la demanda del mercado. El área de **Packaging & Consumer Goods** ha registrado un

Press Release

6 de noviembre de 2024

buen crecimiento orgánico de las ventas del 2,7%, con el negocio de Packaging logrando un fuerte crecimiento orgánico de las ventas impulsado por una mejora de la demanda. El negocio de Consumer Goods ha registrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas. El área de negocio de **Craftsmen, Construction & Professional** ha logrado un crecimiento orgánico de las ventas del 4,5%. Los negocios de General Manufacturing & Maintenance y Consumers & Craftsmen han contribuido a ello con fuertes aumentos de ventas en ambos casos. El negocio de Construction ha registrado un buen crecimiento.

Evolución de las ventas por área de negocio

en millones de euros	Ventas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgánico
Tercer trimestre				
Adhesive Technologies	2.711	2.800	3,3%	3,7%
Mobility & Electronics	980	989	1,0%	3,9%
Packaging & Consumer Goods	855	841	-1,6%	2,7%
Craftsmen, Construction & Professional	876	969	10,6%	4,5%
Enero-septiembre	1-9/2023	1-9/2024		
Adhesive Technologies	8.186	8.275	1,1%	2,5%
Mobility & Electronics	2.879	2.926	1,6%	4,8%
Packaging & Consumer Goods	2.588	2.520	-2,6%	0,5%
Craftsmen, Construction & Professional	2.719	2.829	4,0%	2,1%

Desde una perspectiva regional, la unidad de negocio Adhesive Technologies ha logrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas en **Europa** en el tercer trimestre, apoyado por las tres áreas de negocio. En cambio, la región de América del Norte ha registrado un crecimiento orgánico de las ventas ligeramente negativo, debido a la evolución de las áreas de negocio de Mobility & Electronics y Packaging & Consumer Goods. En la región **IMEA**, la unidad de negocio ha logrado un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, al que han contribuido todas las áreas de negocio. La región de **Latinoamérica** ha registrado un importante crecimiento orgánico de las ventas, impulsado principalmente por las áreas de negocio de Mobility & Electronics y Craftsmen, Construction & Professional. La región **Asia-Pacífico** ha registrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas, al que han contribuido las tres áreas de negocio, con un efecto especialmente positivo de la evolución del negocio en China.

Press Release

6 de noviembre de 2024

Evolución de las ventas de Consumer Brands

En la unidad de negocio de Consumer Brands, las **ventas** en el tercer trimestre de 2024 han ascendido a 2.653 millones de euros, lo que representa un descenso nominal del -1,6% frente al trimestre del año anterior. Desde el punto de vista **orgánico**, es decir, ajustado por los efectos del cambio de divisas y las adquisiciones/desinversiones, la unidad de negocio ha logrado un aumento positivo de las ventas del 2,7%, impulsado por un componente de precios muy fuerte y continuado. El desarrollo del volumen se ha visto afectado negativamente por las medidas de optimización de la cartera en curso. Los efectos del tipo de cambio han reducido las ventas un -3,9%. Las adquisiciones/desinversiones redujeron las ventas otro -0,4%.

En **los nueve primeros meses de 2024**, las ventas de Consumer Brands han ascendido a los 7.919 millones de euros, un descenso nominal del -1,8% en comparación con el trimestre del año anterior. **Orgánicamente**, las ventas han aumentado un 3,7%, impulsadas por los precios.

Resultados de ventas Consumer Brands

en millones de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Ventas	2.695	2.653	8.060	7.919
Proporción de las ventas del Grupo	50%	48%	49%	49%
Variación respecto al año anterior	-7,6%	-1,6%	-2,3%	-1,8%
Cambio de divisas	-6,3%	-3,9%	-4,2%	-2,6%
Ajustado al tipo de cambio	-1,3%	2,3%	1,9%	0,8%
Adquisiciones/desinversiones	-7,5%	-0,4%	-4,0%	-2,9%
Orgánico	6,2%	2,7%	5,9%	3,7%
De los cuales, precio	11,9%	4,4%	13,3%	4,9%
De los cuales, volumen	-5,7%	-1,7%	-7,5%	-1,2%

El área de negocio de **Laundry & Home Care** ha logrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas del 0,9% en el tercer trimestre. El negocio de Laundry Care ha experimentado una evolución orgánica de las ventas ligeramente negativa, debido principalmente a las medidas de optimización de la cartera. En cambio, el negocio de Home Care ha logrado un importante crecimiento orgánico de las ventas, impulsado principalmente por un aumento de dos dígitos de las ventas en la categoría de Dishwashing y un fuerte crecimiento de las ventas en la categoría de Toilet Care.



Press Release

6 de noviembre de 2024

El área de negocio de **Hair** ha registrado un fuerte aumento orgánico de las ventas del 6,8%, con un notable incremento de las ventas en la división de Consumer, impulsado principalmente por el crecimiento de dos dígitos de la categoría de Hair Styling. El negocio Professional ha logrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas.

El área de negocio de **Other Consumer Businesses** ha registrado un buen crecimiento orgánico de las ventas del 2,0%, impulsado en particular por un crecimiento muy fuerte en Europa.

Evolución de las ventas por área de negocio

en millones de euros	Ventas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgánico
Tercer trimestre				
Consumer Brands	2.695	2.653	-1,6%	2,7%
Laundry & Home Care	1.726	1.649	-4,4%	0,9%
Hair	779	829	6,3%	6,8%
Other Consumer Businesses	190	175	-8,1%	2,0%
Enero-septiembre	1-9/2023	1-9/2024		
Consumer Brands	8.060	7.919	-1,8%	3,7%
Laundry & Home Care	5.179	4.974	-4,0%	2,3%
Hair	2.347	2.437	3,8%	7,1%
Other Consumer Businesses	534	508	-4,9%	2,2%

Desde una perspectiva regional, en el tercer trimestre la unidad de negocio de Consumer Brands ha registrado un crecimiento orgánico positivo de las ventas en la región de **Europa**. El área de negocio Hair ha obtenido un fuerte aumento de las ventas, mientras que el área de negocio Laundry & Home Care ha experimentado una evolución ligeramente negativa. La región de **América del Norte** ha registrado un descenso general de las ventas orgánicas, debido principalmente a las medidas de cartera en el área de negocio de Laundry & Home Care. Por el contrario, el área de negocio de Hair en América del Norte ha logrado un crecimiento muy fuerte. La región de **Latinoamérica** ha registrado un buen crecimiento orgánico de las ventas, impulsado por el área de negocio de Hair. La región IMEA ha logrado un aumento orgánico de ventas de dos dígitos en todas las áreas de negocio. La región Asia-Pacífico ha registrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas, con aportaciones de las áreas de negocio de Hair y Laundry & Home Care.

Activos netos y situación financiera del Grupo



Press Release

6 de noviembre de 2024

No se han producido cambios sustanciales en los activos netos y la situación financiera del Grupo en el periodo examinado en comparación con la situación a 30 de junio de 2024.

Perspectivas del Grupo Henkel

Para el ejercicio 2024, Henkel espera un crecimiento orgánico de las ventas del 2,5% al 4,5% para el Grupo. Para Adhesive Technologies, se prevé un crecimiento orgánico de las ventas del 2,0% al 4,0%. Para Consumer Brands, la compañía espera un aumento orgánico de las ventas del 3,0% al 5,0%.

Se espera que la rentabilidad ajustada de las ventas (margen EBIT ajustado) se sitúe entre el 13,5% y el 14,5%. Se anticipa que la rentabilidad ajustada de las ventas se sitúe entre el 16,0% y el 17,0% para Adhesive Technologies y entre el 13,0% y el 14,0% para Consumer Brands.

Para el beneficio ajustado por acción preferente (BPA), Henkel espera un aumento en el rango de +20,0% a +30,0% a tipos de cambio constantes.

Además, la compañía tiene las siguientes expectativas para 2024:

- Adquisiciones/desinversiones: impacto neutro en el crecimiento nominal de las ventas
- Conversión de las ventas en divisas: impacto negativo en el rango porcentual de un dígito bajo a medio.
- Precios de los materiales directos: evolución plana en comparación con la media del año anterior
- Gastos de reestructuración de 250 a 300 millones de euros
- Salidas de caja por inversiones en inmovilizado material e inmaterial de entre 650 y 750 millones de euros.

Acerca de Henkel

Henkel es una compañía global con 148 años de historia. Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, ocupa posiciones de liderazgo mundial en dos unidades de negocio: Marcas de consumo (cuidado del cabello y lavandería) y Tecnologías adhesivas (adhesivos, selladores y recubrimientos funcionales). Las tres marcas más fuertes de Henkel son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En 2023 Henkel alcanzó ventas por €21,5 billones de euros (equivalentes a \$91.7 billones de pesos) con un importante crecimiento orgánico de 4,2%. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sostenibilidad, innovación y diversidad están profundamente ancladas a la estrategia de la compañía. Henkel se fundó en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de más de 48.000 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.com

Acerca de Henkel en Colombia

En Colombia, Henkel cuenta con una trayectoria de más de 60 años, dos plantas de producción: una en Bogotá y otra en Funza; y dos Centros de Distribución, uno en Cali y otro en Tenjo. En 2024, el país se convirtió en el tercero con mayores ventas de la región, después de México y Brasil, ratificando su posición estratégica para el desarrollo y crecimiento del mercado en Latinoamérica. En



Press Release

6 de noviembre de 2024

2023 las ventas fueron de más de €103 millones de euros, consolidando en el mercado marcas como Schwarzkopf, Iqora, Konzil, Tec Italy, Authentic Beauty Concept, Palette, Balance, Sista, Loctite, Ceresit entre otras. La planta de Montevideo (Bogotá), fundada en 1956, se ha consolidado como el Hub de producción de coloración en América Latina, desde donde se exporta más del 50% de la producción de esta planta a Europa, Estados Unidos, Argentina, Brasil, México, entre otros.

Henkel Colombiana

Contacto **María Alejandra Martínez**

Teléfono **+57 3182820930**

Correo maria.martinez-serrato@henkel.com

Babel Group

Contacto **Marcela Escobar**

Teléfono **+57 3175111810**

Correo marcelaescobar@mailbabel.com