

Se reiteran las perspectivas para el ejercicio 2024

Henkel continúa con su crecimiento 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 (OGS) impulsado por ambas unidades de negocio:
 - *Adhesive Technologies* logra un +3.7%
 - *Consumer Brands* registra un +2.7%
- Ampliación de los objetivos para la protección climática, a través del plan estratégico "Net-Zero": las emisiones de gases de efecto invernadero serán neutras para 2045.
- Se reafirman las previsiones de ventas y ganancias para el ejercicio 2024 con una clara posibilidad de superar la mitad superior del rango de ganancias.

Durante el tercer trimestre de 2024, Henkel aumentó sus ventas 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, éstas incrementaron un 1.0% en comparación con el trimestre del año anterior.

"En este periodo seguimos cumpliendo con nuestros objetivos, impulsando el desarrollo de Henkel. Ambas unidades de negocio contribuyeron con un mayor crecimiento orgánico. También, alcanzamos sólidos márgenes brutos, lo que nos permite seguir aumentando las inversiones, incluyendo nuestras marcas. El margen EBIT ajustado mostró un desarrollo igualmente favorable. Esto refuerza que estamos en el camino correcto con nuestra Agenda de Crecimiento", afirmó **Carsten Knobel, CEO de Henkel.**

"Estamos convencidos de que el 2024 será otro año fiscal exitoso que nos permitirá cumplir con nuestras metas de ventas y ganancias, mismas que aumentamos en el transcurso del año. Por ello, hemos reafirmado hoy nuestra perspectiva. Respaldados por el sólido desempeño acumulado hasta la fecha, vemos una clara posibilidad de alcanzar la mitad superior de los respectivos rangos de ganancias para el Grupo, lo cual se aplica tanto al margen EBIT ajustado como al crecimiento del EPS".

Asimismo, Henkel avanzó en la implementación de su **Agenda de Crecimiento con Propósito**. En este sentido, la compañía está intensificando su compromiso con la sustentabilidad. Como parte de dicho proceso, creó un plan de **cero emisiones netas**, que incluye ambiciones extendidas, a fin de reducir las emisiones en la cadena de valor.

"Todos tenemos la responsabilidad de ayudar a limitar el calentamiento global a 1.5°C, como se establece en el Acuerdo de París. Nuestra estrategia, 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 hacia 2045. Para llegar ahí, aplicaremos una amplia gama de medidas a lo largo de la cadena de valor", añadió Knobel.

El negocio de **Adhesive Technologies** ha logrado un fuerte crecimiento orgánico de las ventas en el tercer trimestre, sustentado por cada una de sus divisiones. En el caso de **Consumer Brands**, éste se ha visto impulsado principalmente por el área global de **Hair**.

Desempeño de las ventas del Grupo

En el **tercer trimestre de 2024**, las **ventas** incrementaron, **nominalmente**, un 1.0%, hasta los 5,492 millones de euros. Los efectos de las adquisiciones o desinversiones aumentaron las ventas un 1.2%. Los efectos del cambio de divisas han tenido un impacto negativo del -3.6% en el rendimiento de las mismas. Desde el punto de vista orgánico; es decir, ajustes por el cambio de divisas y adquisiciones o desinversiones, las ventas se elevaron en un 3.3%. Esto se debe tanto a una buena evolución de los precios como a un desarrollo positivo general del volumen.

En los **primeros nueve meses de 2024**, las **ventas** totales han ascendido a los 16,305 millones de euros, lo que equivale a un descenso **nominal** del -0.4%. Orgánicamente, Henkel logró un fuerte crecimiento de las ventas del 3.0%.

Las regiones de **Europa, IMEA, Asia-Pacífico** y **Latinoamérica** impulsaron el crecimiento orgánico de las ventas en el **tercer trimestre**. Puntualmente, **Norteamérica** registró una evolución negativa en ambas unidades de negocio.

De igual manera, en **los primeros nueve meses de 2024**, el fuerte crecimiento orgánico de las ventas de Henkel se vio impulsado por cada una de las regiones, con la excepción de Norteamérica.

Desempeño de ventas para **Adhesive Technologies**

En el tercer trimestre de 2024, esta unidad de negocio registró **ventas** de 2,800 millones de euros, lo que representa un aumento nominal del 3.3% en comparación con el trimestre del año anterior (2,711 millones de euros). **Orgánicamente**, incrementaron un 3.7%, gracias al fuerte desarrollo del volumen, mientras que los precios se mantuvieron estables en comparación con el mismo periodo del 2023. Los efectos del cambio de divisas redujeron las ventas un -3.3%. Las adquisiciones y desinversiones han tenido un impacto positivo del 2.8%.

En los **primeros nueve meses del año**, **Adhesive Technologies** registró un crecimiento nominal de las ventas del 1.1%, lo que se traduce en 8,275 millones de euros. Orgánicamente, logró un 2.5%, impulsado principalmente por el volumen.

Los resultados anteriores fueron impulsados por las tres áreas del negocio. La división de **Mobility & Electronics** logró un fuerte aumento orgánico de las ventas del 3.9%, evolución acelerada por el crecimiento de dos dígitos dentro de *Electronics* y un desarrollo significativo en la rama de *Industrial*. Las ventas en el sector de *Automotive* disminuyeron debido a la ralentización de la demanda del mercado. El área de **Packaging & Consumer Goods** registró un 2.7% con el negocio de *Packaging* a causa de la mejora en la demanda. El negocio de *Consumer Goods* obtuvo un crecimiento positivo. Ahora bien, la división de **Craftsmen, Construction & Professional** logró un crecimiento orgánico de las ventas del 4.5%. Los negocios de *General Manufacturing & Maintenance* y *Consumers & Craftsmen* contribuyeron con fuertes aumentos de ventas en ambos casos. Por su parte, el negocio de *Construction* también marcó un gran crecimiento.

Desde una perspectiva regional, se tuvo un crecimiento orgánico positivo de las ventas en **Europa**, principalmente apoyado por las tres áreas de negocio. En cambio, **Norteamérica** registró cifras ligeramente negativas, debido a la evolución de las áreas de negocio de *Mobility & Electronics* y *Packaging & Consumer Goods*. En el caso de **IMEA**, se alcanzó un crecimiento orgánico de las ventas de dos dígitos, donde todas las áreas de negocio sumaron. **Latinoamérica** obtuvo un importante crecimiento, impulsado principalmente por las divisiones de *Mobility & Electronics* y *Craftsmen, Construction & Professional*. Finalmente, la región de Asia-Pacífico presentó un incremento en el que las tres áreas de negocio intervinieron, con un efecto especialmente positivo de la evolución del mercado en China.

Desempeño de las ventas para **Consumer Brands**

Las **ventas** en el **tercer trimestre de 2024** ascendieron 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**, hubo un incremento positivo del 2.7%, impulsado por un componente de precios fuerte y continuo. El desarrollo del volumen se ha visto afectado negativamente por las medidas de optimización del portafolio actual; los efectos del tipo de cambio han reducido las ventas un -3.9% y tanto las adquisiciones como las desinversiones redujeron las ventas otro -0.4%.

En **los primeros nueve meses de 2024**, las **ventas** de *Consumer Brands* llegaron a los 7,919 millones de euros con un descenso nominal del -1.8% en comparación con el trimestre del año anterior. **Orgánicamente**, éstas incrementaron un 3.7% impulsadas por los precios.

Durante el tercer trimestre, el área de **Laundry & Home Care** logró un crecimiento orgánico positivo de las ventas del 0.9%. Al hablar de *Laundry Care*, se experimentó una evolución orgánica ligeramente negativa, debido a las medidas de optimización de la cartera de productos. En cambio, el negocio de *Home Care* tuvo un crecimiento orgánico significativo, impulsado

principalmente por un aumento de dos dígitos en la categoría de *Dishwashing* y un crecimiento relevante para *Toilet Care*.

Ahora bien, en el ámbito de **Hair**, se obtuvo un fuerte aumento orgánico de las ventas del 6.8%, con un notable incremento en la división de *Consumer*, estimulado principalmente por el crecimiento de dos dígitos de la categoría de *Hair Styling*. El negocio de *Professional* alcanzó a la vez, un fuerte desarrollo orgánico.

Por último, el área de **Other Consumer Businesses** registró un crecimiento del 2.0%, impulsado en particular por una expansión relevante en Europa.

Desde una perspectiva regional, se presentó un crecimiento orgánico positivo de las ventas en la región de **Europa**. La categoría de *Hair* obtuvo un fuerte aumento, mientras que *Laundry & Home Care* experimentó una evolución ligeramente negativa. La región de **Norteamérica** registró un descenso general de las ventas orgánicas, principalmente por la gestión de la cartera de productos. Por el contrario, el área de negocio de *Hair* en dicha región logró un excelente crecimiento. **Latinoamérica** alcanzó un gran desarrollo orgánico, sustentado por el área de *Hair*. La región **IMEA** logró un aumento orgánico de dos dígitos en cada una de las divisiones. Finalmente, **Asia-Pacífico** obtuvo un excelente crecimiento orgánico de las ventas, con aportaciones de las áreas de los negocios de *Hair* y *Laundry & Home Care*.

Activos netos y situación financiera del Grupo

En comparación con la situación al 30 de junio de 2024, no se produjeron cambios sustanciales en los activos netos ni en la posición financiera del Grupo durante el período bajo revisión.

Perspectivas para Henkel

Para el año fiscal 2024, Henkel espera un **crecimiento orgánico de las ventas** del 2.5% al 4.5%. Al enfocarse en *Adhesive Technologies*, se estableció un rango de 2.0% a 4.0%. Para *Consumer Brands*, se anticipa un aumento de entre el 3.0% y el 5.0%.

Al referirse al **resultado operativo ajustado** (margen EBIT), se espera que esté en un rango de 13.5% a 14.5%. Para *Adhesive Technologies* se anticipa entre 16.0% a 17.0%, y para *Consumer Brands*, entre 13.0% y 14.0%.

En cuanto a las **ganancias por acción preferente ajustadas** (EPS), se estima un aumento en el rango de +20.0% a +30.0% a tipos de cambio constantes.

De igual manera, se cuentan con las siguientes expectativas:

- Adquisiciones y desinversiones: impacto neutro en el crecimiento nominal de las ventas
- Traducción de ventas en monedas extranjeras: impacto negativo en el rango de un solo dígito bajo a medio por ciento.
- Precios de materiales directos: desarrollo estable en comparación con el promedio del año anterior.
- Gastos de reestructuración: de 250 a 300 millones de euros.

- Salidas de efectivo por inversiones en propiedades, plantas, equipo, y otros activos intangibles de entre 650 y 750 millones de euros

Calendario financiero

- Publicación del año fiscal 2024: martes, 11 de marzo de 2025
- Reunión general anual 2025: lunes, 28 de abril de 2025
- Publicación de los resultados financieros: jueves, 8 de mayo de 2025

Acerca de Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones de liderazgo a nivel mundial en el mercado industrial y de consumo. La unidad de negocio de Adhesive Technologies es líder mundial en el sector de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con el negocio Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en el cuidado del cabello, detergentes y cuidado del hogar, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2022, Henkel registró unas ventas de más de 21,500 millones de euros y un resultado operativo ajustado de unos 2,300 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sustentabilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la empresa tiene una estrategia clara con objetivos concretos. Henkel se fundó en 1876 y hoy cuenta con un equipo diverso de más de 48,000 personas alrededor del 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 México

Henkel tiene 65 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; además de Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies) y Consumer Brands (integrada por el área de cuidado personal y del cabello, así como detergentes y cuidado del hogar). Hablando de México, las ventas de 2022 fueron de más de 862.71 millones de euros, lo que equivale a más de 18,278 millones de pesos y cuenta con alrededor de 3,300 empleados, distribuidos entre su oficina corporativa en Interlomas, una Planta en Monterrey, Salamanca y Santiago, dos en Toluca y tres en Guadalajara, un Centro de Distribución en Toluca, Tlalnepantla y Guadalajara, un Centro Especializado en Vallejo, una oficina de ventas en Monterrey y una Academia. Para más información, visite www.henkel.mx

Este documento contiene declaraciones que se refieren al desarrollo futuro del negocio, rendimiento financiero y otros eventos o desarrollos de relevancia futura para Henkel que pueden constituir declaraciones de futuro. Las declaraciones con respecto al futuro se caracterizan por el uso de palabras como esperar, pretender, planificar, anticipar, creer, estimar y términos similares. Dichas declaraciones se basan en estimaciones y suposiciones actuales realizadas por la dirección corporativa de Henkel AG & Co. KGaA. Estas afirmaciones no deben entenderse en modo alguno como garantía de que dichas expectativas resulten ser exactas. El rendimiento futuro y los resultados realmente alcanzados por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas afiliadas dependen de una serie de riesgos e incertidumbres y, por lo tanto, pueden diferir materialmente (tanto positiva como negativamente) de las declaraciones prospectivas. Muchos de estos factores están fuera del control de Henkel y no pueden ser estimados con precisión de antemano, como el futuro entorno económico y las acciones de los competidores y otros implicados en el mercado. Henkel no planea ni se compromete a actualizar las declaraciones prospectivas.

Este documento incluye indicadores financieros complementarios que no están claramente definidos en el marco de información financiera aplicable y que son o pueden ser medidas de rendimiento alternativas. Estos indicadores financieros complementarios no deben considerarse de forma aislada ni como alternativas a medidas de los activos netos de Henkel y la posición financiera o los resultados de las operaciones tal y como se presentan



de acuerdo con el marco de información financiera aplicable en sus Estados Financieros Consolidados. Otras empresas que informan o describen medidas de rendimiento alternativas con un título similar pueden calcularlas de forma diferente.

Este documento se ha publicado únicamente con fines informativos y no pretende constituir un asesoramiento en materia de inversión ni una oferta de venta o una solicitud de oferta de compra de valores.

Para más información

Henkel en México:

Contacto: Rodrigo Gómez

E-mail: rodrigo.gomez@henkel.com

Contacto: Cynthia Rios

E-mail: cynthia.rios@henkel.com

GPS Imagen y Comunicación

Contacto: Lourdes Piqué Huguet

E-mail: lourdes.pique@gpscom.com

Contacto: Judith Pérez Fajardo,

E-mail: judith@gpscom.com

Cel. 55 4090 9300