

Uriach cierra su Plan Estratégico facturando un 75% más en los últimos cinco años

- La compañía farmacéutica cierra su plan estratégico 2013-2017 con una facturación récord de ciento setenta y cuatro millones de euros, un incremento del 75% respecto al cierre de 2012.
- Consumer Healthcare, el área de negocio que más ha crecido durante esta etapa, registra un incremento medio (CAGR) de un 15% anual.
- La entrada de Rupatadina en nuevos países y las compras de la italiana Laborest y la portuguesa Theralab redimensionan la compañía a nivel internacional.
- Uriach prevé crecer hasta los 300 millones de euros durante el próximo quinquenio, a través de su nuevo Plan Estratégico 2018-2022.
- Los 174 millones de euros de facturación 2017 significan un 15% más que en el ejercicio anterior.

Barcelona, 21 de junio de 2018 – La compañía farmacéutica Uriach ha cerrado su plan estratégico 2013-2017 con una facturación récord de ciento setenta y cuatro millones de euros, un 75% más que en 2012 (año anterior al inicio del plan estratégico 2013-17). El beneficio bruto de explotación (ebitda) de la compañía también ha tenido un aumento significativo, pasando de 12 millones de euros en 2012 a los cincuenta y un millones que ha alcanzado en el pasado ejercicio. De esta forma, Uriach supera los objetivos que se había marcado para el plan estratégico que se ha cerrado (eran 170 de facturación y 50 de ebitda).

Por áreas de negocio, Consumer Healthcare ha sido la actividad que más ha crecido, convirtiéndose en el motor estratégico de la compañía y registrando un incremento medio (CAGR) de un 15% anual de las ventas en los últimos cinco años. Dentro de esta área de negocio, Uriach ha adquirido en este período tres nuevas marcas: Innovage, Halibut y Fisiocrem. Además, el grupo ha afianzado la presencia internacional en esta área a través de la adquisición de dos nuevas compañías: Laborest en Italia y Theralab en Portugal. Ambas compañías, especializadas en la venta de complementos alimenticios, han potenciado también el porfolio de productos de Uriach en España.

Durante el último quinquenio, la compañía también ha consolidado su otra vía de comercialización al exterior, basada en acuerdos de licencia y distribución (Business to Business) de productos farmacéuticos (NCEs y genéricos) y principios activos. El gran hito de este quinquenio ha sido la introducción de Rupatadina, el principal producto de prescripción desarrollado por Uriach, en Japón, Canadá, y el área MENA, entre otros territorios. El resultado de todo el proceso de internacionalización es que actualmente ya se venden productos de Uriach en más de 70 países

NOTA DE PRENSA

Departamento de Comunicación

de las principales regiones del mundo, y en 2017 las ventas fuera de España ya representan cerca del 60% de la facturación total de la compañía, mientras que en 2012 no alcanzaban el 30%.

“Los resultados hablan por sí solos. La apuesta de transformación que hizo la compañía hace unos años ha significado cambiar la realidad de Uriach” afirma Oriol Segarra, Consejero Delegado de la compañía. “Hemos cumplido con los compromisos que nos marcamos en el inicio del Plan Estratégico. Pero el resultado no son sólo cifras. De hecho, lo más importante es que hoy Uriach es una organización fuerte, con una dirección estratégica clara, una cultura corporativa moderna y ágil, una gran capacidad para innovar, preparada para seguir internacionalizándose y, en definitiva, muy sólida y capaz de seguir transformándose y construir un brillante futuro”.

En lo que se refiere al ámbito industrial, a lo largo del último Plan Estratégico, la capacidad productiva de Uriach ha ido en aumento. Por ejemplo, la planta farmacéutica, ubicada en Palau Solità i Plegamans (Barcelona), ha pasado de fabricar veinte millones de unidades en 2012 a treinta y tres millones. Además, el porcentaje de producción propia ha aumentado significativamente y ya alcanza el 70%. La inversión total realizada en estos últimos cinco años en la potenciación industrial y tecnológica del grupo ha superado los 25 millones de euros.

2018-2022: el quinquenio de la consolidación

Tras el éxito que ha comportado para Uriach el último plan estratégico, la compañía sigue una línea expansiva en su nuevo Plan 2018-2022, que continúa enfocado al crecimiento rentable, la entrada en nuevos países y la innovación como principales ejes estratégicos. La visión de esta nueva etapa es seguir liderando el mercado de Consumer Healthcare en España y ampliar ese liderazgo para convertirse en un actor relevante en Europa. Esta área de negocio representa actualmente más del 55% de las ventas de la compañía y se espera que siga creciendo hasta ocupar dos tercios en los próximos cinco años. “El nuevo Plan Estratégico viene marcado por el éxito y buenos resultados del anterior. Nuestra proyección es seguir en la misma línea, apostando por el crecimiento rentable, la internacionalización y la innovación en nuestros productos”, asegura Oriol Segarra.

El negocio B2B, que representa casi el 45% de la facturación del grupo, seguirá creciendo, aunque a un ritmo inferior que el área de Consumer Healthcare. Los negocios de NCEs y genéricos (principios activos y dossieres) crecerán prácticamente al mismo elevado ritmo que consumer healthcare, sin embargo, la actividad de contract manufacturing decrecerá (debido a que la producción propia irá ocupando cada vez más capacidad productiva), y esta es la única razón por la que el conjunto de B2B crecerá a un ritmo ligeramente inferior. Uriach sigue apostando fuertemente por la actividad B2B como perfecto complemento al crecimiento que está registrando consumer healthcare, y la combinación de ambos convierte a Uriach en una empresa más diversa y fuerte.

NOTA DE PRENSA

Departamento de Comunicación

Durante el nuevo quinquenio, la farmacéutica espera aumentar cerca de un 75% su facturación, pasando de los ciento setenta y cuatro millones de euros registrados en 2017 a trescientos millones de euros, y seguir esta fuerte evolución también en el beneficio bruto de explotación (ebitda).

Resultados del año 2017

Uriach cierra el ejercicio de 2017 con una facturación consolidada que supera los ciento setenta y cuatro millones de euros, lo que supone un crecimiento del 15% con respecto al año anterior, siendo el quinto año consecutivo que la compañía crece a doble dígito.

El grupo, que cuenta con 800 trabajadores, ha registrado un crecimiento en sus dos negocios principales durante el último año. El área de Consumer Healthcare o los productos de autoconsumo para la salud y el bienestar de las personas es la que experimenta un crecimiento más acelerado, con un 18% respecto al año anterior (tras haber crecido ya un 25% el año pasado). Este notable aumento sitúa a Uriach como una empresa referente en la zona del sur de Europa en Consumer Healthcare con una facturación total cercana a los cien millones de euros.

La otra área de negocio de la compañía, Business to Business, que incluye New Chemical Entities (Nce's), APIs y dossiers y la actividad de fabricación para terceros, creció el 12%, sumándose al comportamiento positivo del área de Consumer Healthcare.

Para más información:

Román y Asociados

Enric Blanch

e.blanch@romanyasociados.es

+34 934 142 340

+34 646 239 326

Estefanía Pino

e.pino@romanyasociados.es

+ 34 934 142 340

Uriach:

Belén Badía

Directora de Comunicación

belen.badia@uriach.com

+34 938 630 13

+34 619 688 199

Oriol Giménez

Manager de Comunicación

oriol.gimenez@uriach.com

+34 938 630 187

+34 635 565 045