

Economía

Esteve pone el foco en Italia, Portugal y EE.UU. para crecer

El grupo dispara las ventas un 21% y un 77% el ebitda en el 2021

Rosa Salvador



Staffan Schüberg, consejero delegado del grupo Esteve - LV

El grupo Esteve Healthcare disparó sus ingresos el año pasado, un 21%, hasta los 550 millones de euros, y la rentabilidad, con un crecimiento del 77% del beneficio operativo o ebitda, hasta los 87 millones de euros. El consejero delegado del grupo, Staffan Schüberg, explicó que este año el grupo prevé focalizarse en crecer en Italia, Estados Unidos y Portugal para seguir impulsando su internacionalización, sus ventas y su rentabilidad. Según Schüberg, Esteve quiere poner el foco en crecer en la UE, aprovechando la capacidad productiva que le aporta la reciente compra de la planta de química fina Uquifa en Lliçà de Vall.

Schüberg explicó que desde el 2018, cuando asumió la dirección, Esteve ha centrado su estrategia en crecer incorporando productos innovadores, de marca propia y en áreas de medicina especializada, y en combinar estos factores con un alza de su internacionalización. “Creo que podemos decir que esta estrategia ha sido un éxito, y hoy Esteve es un grupo más fuerte y más rentable”, aseguró.

Esteve Healthcare ha pasado de una política de licencias a operar con filiales en los principales mercados, como ya hacía en Estados Unidos. Así, el año pasado integró las filiales farmacéuticas de Alemania, Francia y el Reino Unido, y entró en el mercado portugués con la creación de una filial propia. En el 2021, solo el 33% de sus ventas procedía de su negocio español, un 48,5% del resto de Europa y el 18,5% del resto del mundo. La firma cuenta con tres fábricas en España y otras tres en Alemania, México y China, y una plantilla de 1.576 personas, de las que el 40% ya está fuera de España.

Para el 2022 y el 2023, la empresa cuenta con tres palancas de crecimiento, explicó Schüberg: el negocio de CMO o fabricación para terceros; el lanzamiento en Estados Unidos de Seglantis, un medicamento para el control del dolor que ha conseguido ya la aprobación de la FDA, y la introducción en nuevos mercados de sus nuevos productos de investigación “que tienen mayores márgenes que los productos de nuestra cartera histórica”, avanzó. Por ello, frente a un ebitda del 16% de las ventas en el 2021, la compañía prevé que este año la rentabilidad se acerque al 20% con un crecimiento de los ingresos de nuevo a tasas de doble dígito.

La empresa sigue buscando oportunidades de compra para reforzar su crecimiento, ya sea de productos o de compañías. “Si encontramos una oportunidad que puede suponer una transformación de la compañía, con una ganancia significativa de tamaño o de presencia en mercados clave, estaríamos dispuestos a abrir el capital a nuevos socios”, aseguró el consejero delegado.

La firma prevé elevar más la rentabilidad y las ventas este año y busca activamente nuevas compras