

LABORATORIOS CALIER CRECE UN 6% EN 2016 APOYÁNDOSE EN LOS BIOLÓGICOS Y LATINOAMÉRICA



El pasado 2016 el laboratorio veterinario Calier obtuvo una facturación de 74 millones de euros, un 6% más que en 2015. Los mercados exteriores ya representan casi una cuarta parte de sus ingresos, mientras que el 23% restante de sus ventas provienen de España.

El crecimiento respondió al cambio de estrategia de la compañía, más centrada en la prevención a través de los medicamentos biológicos, y a la buena marcha de algunas de sus filiales en Latinoamérica, donde se concentró el 39% de su facturación.

LAS INVERSIONES DE CALIER CRECEN UN 20%

En 2016 CALIER, la división de veterinaria del Grupo INDUKERN, ha protagonizado buena parte de las inversiones. En total el grupo ha invertido 25 millones en I+D, instalaciones y sistemas de la información, lo que supuso 5 millones más que el año anterior.

De estos, un total de 11,5 millones se destinaron a proyectos de I+D. En Calier esta inversión se centró en el desarrollo de vacunas. También se destinaron 10,5 millones de euros a la mejora de instalaciones y equipos.

Una de las inversiones más destacadas está en León, en donde sigue acometiendo las obras de sus instalaciones para convertirlas en una planta de referencia en biológicos. A este proyecto se suma la renovación de los laboratorios de su sede en Les Franqueses del Vallès – Barcelona -, que está previsto que termine a finales de año.

Con el fin de mejorar su gestión y optimizar los procesos de toma de decisiones, el Grupo también refor-

zó sus inversiones en sistemas de la información con casi 3 millones de euros.

La facturación global del Grupo Indukern ascendió a 725 millones de euros en 2016, el 53% de la misma correspondiendo a ventas internacionales y el 47% al mercado nacional.

Según Raúl Díaz-Varela, vicepresidente ejecutivo del Grupo Indukern, "en 2016 la facturación ha sido un 4% inferior respecto al ejercicio anterior, pero estamos satisfechos porque la estrategia del Grupo, basada principalmente en la diversificación en productos y mercados, está siendo la correcta". Y añade: "Para impulsarla, por un lado, estamos evolucionando hacia productos y servicios de mayor valor añadido, como en las divisiones de Indukern, los biológicos de Calier o los nuevos productos de Kern Pharma. Y, por otro, hemos adquirido varias compañías, sobre todo en países con un volumen de población importante y con gran potencial, ya que operamos con productos de primera necesidad".

Este año, el Grupo Indukern cumple 55 años con filiales operativas en 17 países y comercializando sus productos en más de 80. Su plantilla asciende a 1.696 personas, de las cuales 1.234 trabajan en España, donde en 2016 creó 60 nuevos empleos.

Por mercados, el 38% de las ventas se produjeron en España y el 62% en el exterior, siendo Latinoamérica y Europa zonas clave para el negocio. En esta línea, Indukern reforzó su división de alimentación con la adquisición de la brasileña Hexus y el fondo de comercio de la española VGP.