

A blurred background image of a financial chart or stock market display. It features a blue grid, a white line graph with several peaks, and a red bar chart at the top. The overall color scheme is dominated by blue and red.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

ENERO-SEPTIEMBRE 2017

Grupo Faes Farma
Departamento de Relación con Inversores
e-mail: accionistas@faes.es - Tfno: 901 120 362
Web: www.faesfarma.com/accionistas-e-inversores

ÍNDICE

- 1. Principales hechos del periodo**
- 2. Cuenta de Resultados**
 - 2.1 Cifra de negocios
 - 2.2 Costes y márgenes
- 3. Situación financiera e inversiones**
- 4. Retribución al accionista**

1. Principales hechos del periodo

- La cifra de negocio de Faes Farma hasta septiembre de 2017 fue de 198,7 millones de euros, un +17% sobre el mismo período del año precedente.
- Las nuevas inversiones realizadas en el primer semestre del año impulsan este crecimiento y permiten ya superar ampliamente las previsiones anuales para este ejercicio.
- El beneficio consolidado atribuido a la sociedad dominante aumenta un +8,6%, hasta los 32,7 millones de euros.
- El Beneficio antes de impuestos alcanza los 39,6 millones de euros tras crecer un 7,3%.
- El EBITDA crece hasta los 43,8 M€, un +3,8% frente al mismo periodo del ejercicio anterior. Por su parte el EBIT aumenta un +6,7% y se sitúa en 39,6 M€.
- La compañía, siguiendo las directrices de su plan estratégico, cerró tres operaciones corporativas durante el primer semestre de 2017. Las adquisiciones del 100% de Initial Technical Foods (ITF) y Tecnología & Vitaminas (Tecnovit) refuerzan el área de nutrición animal; y la compra del 100% del Grupo Diafarm fortalece el negocio farma y permite la entrada en la actividad de Healthcare.

2. Cuenta de Resultados

Los resultados consolidados acumulados al tercer trimestre de 2017 presentan un crecimiento significativo de todas las magnitudes respecto al mismo período del año anterior, tal y como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuenta de Resultados a 30/09/2017					
€ millones	Septiembre 2017	% sobre ventas	Septiembre 2016	% sobre ventas	% Var. 2017/2016
Total Ingresos	200,3		171,4		16,9%
Ingresos ordinarios / ventas	198,7		169,8		17,0%
Otros ingresos explotación	1,6	0,8%	1,6	0,9%	0,0%
Coste de las ventas	-67,6	34,0%	-55,1	32,4%	22,7%
Margen bruto de las ventas	132,7	66,8%	116,3	68,5%	14,1%
Gastos retribución a empleados	-42,3	21,3%	-38,1	22,4%	11,0%
Otros gastos de explotación	-46,6	23,4%	-36,0	21,2%	29,4%
EBITDA	43,8	22,1%	42,2	24,8%	3,8%
Amort. y deterioro inmovilizado	-4,2	2,2%	-5,1	3,0%	-17,6%
EBIT	39,6	19,9%	37,1	21,8%	6,7%
Resultado financiero	0,0	0,0%	-0,2	0,1%	-100,0%
Beneficio antes de impuestos	39,6	19,9%	36,9	21,7%	7,3%
Impuesto sobre sociedades	-6,8	3,4%	-6,8	4,0%	0,0%
Beneficio Consolidado	32,8	16,5%	30,1	17,7%	8,9%
B° atribuido Sdad. Dominante	32,7	16,5%	30,1	17,7%	8,6%

2.1 Cifra negocios

El Grupo Faes Farma cierra este tercer trimestre de 2017 con un incremento acumulado en su cifra de negocio del +17%, lo que le permite superar los 198,7 millones de euros.

El crecimiento se ve potenciado por el relevante impulso en ventas que aportan las nuevas empresas adquiridas recientemente por el Grupo Faes Farma en las actividades de Farma (Diafarm) y nutrición animal (ITF y Tecnovit).

Analizando en detalle cada área de negocio:

Farma España. Según datos de IMS, las ventas de medicamentos de Faes Farma han crecido un +2,7% en los últimos 12 meses, una cifra que se sitúa muy por encima de la tasa del mercado en su conjunto que en el mismo período de tiempo se ha elevado un +1,8%.

Al tratarse del negocio principal del Grupo, este positivo dato supone una palanca de crecimiento muy relevante en todos los principales epígrafes de la cuenta de resultados.

Por productos, destacan:

- (i) Licencias de MSD. Suponen un volumen importante del conjunto de la facturación de la compañía en el ámbito de dos áreas terapéuticas diferentes (inflamación y diabetes).
- (ii) Hidroferol (vitamina D). Desde hace unos meses es el principal producto en ventas del Grupo en el mercado español gracias a que ha mantenido una tasa de crecimiento muy relevante, que se cifra en el +37,1% en los primeros nueve meses de 2017.
- (iii) Hidroferol. Se ha visto afectado por la corriente internacional de utilización terapéutica de vitamina D que lo convierte en una molécula de éxito y, al tratarse de un producto propio, le coloca entre los primeros en términos de rentabilidad.
- (iv) A los líderes en ventas (Hidroferol y licencia para diabetes) les sigue de cerca Bilaxten, marca comercial en España para nuestra bilastina que, al igual que ocurre con la vitamina D, presenta importantes incrementos en ventas durante estos últimos ejercicios. En este trimestre, registra un aumento en la facturación del +17,4% en el acumulado del año.

La cuota de mercado en España de la molécula de Faes Farma dentro del grupo de antihistamínicos alcanza una tasa del 28,8%. De esta forma, bilastina se consolida como el líder del segmento y, dentro de ésta, en especial nuestra marca Bilaxten al lograr el 64,3%.

- (v) Por último, dentro de este epígrafe, un conjunto de productos maduros e históricos en el Grupo, como Positón, Claversal, Zyloric, Venosmil, Analgilasa, Tanakene, Robasixal, Alergical, Dynamogen, Sedotime, Pankreoflat... todos ellos con volúmenes relevantes en términos de

ventas y márgenes, por lo que se mantienen en definitiva como una fuente recurrente de beneficios para la compañía.

Grupo Diafarm. Su integración en el Grupo Faes Farma se produjo a finales del pasado mes de junio. En este trimestre ha aportado un volumen de ventas relevante, cercano a los 13 millones de euros. Sus principales líneas de comercialización se reparten entre productos de distribución (Ricola, Roha, Nelsons...) y marcas propias (Siken, Arnidol, Vitanatur...), a las que hay que sumar las ventas de sus dos filiales en Francia (Phyto-Actif) e Italia (Colpharma).

Farma Portugal. Los ingresos de nuestras filiales en Portugal se mantienen con un volumen relevante en las cifras consolidadas, a pesar de que se han producido algunas pérdidas de licencias en los últimos meses. Sin este efecto, las ventas crecerían moderadamente un +1,8%.

La filial mantiene una cuota de mercado muy estable, gracias al aumento en ventas de otros medicamentos, y aportan un beneficio constante al Grupo.

Por productos, destacan:

- (i) Bilaxten, marca de bilastina también en Portugal, que se ha situado ya como primer producto en ventas de la filial tras crecer un 8,8% en su facturación durante estos primeros nueve meses del 2017.
- (ii) Zyloric, para la hiperuricemia (gota). Segundo producto del Grupo en Portugal por ingresos, con unos márgenes muy relevantes al tratarse de una especialidad de fabricación propia y necesitar de una inversión mínima promocional dada su etapa de madurez.
- (iii) Magnesona. Se coloca como tercer producto del Grupo en Portugal según su volumen de ventas a septiembre de 2017. Al igual que el ya mencionado Zyloric, dada su larga trayectoria en el mercado, apenas requiere inversión y es de fabricación interna. En definitiva, se trata de un activo de gran importancia para la firma, que se ha visto mejorado con la versión “sin azúcar” de reciente lanzamiento.

- (iv) Productos maduros propios y licencias: Rosilan, Asacol, Pankreoflat, Venosmil... que, al igual que ocurre en España, aportan un volumen relevante de ventas y márgenes muy interesantes para el Grupo.
- (v) Y, por último, diversos contratos de distribución: leches infantiles de Novalac, higiene bucal de Dentaïd y productos infantiles de Nuk. Todos ellos registran crecimientos positivos en ingresos y cuentan con márgenes significativos.

Nutrición animal. Ingaso Farm se ha recuperado con éxito de la caída en ventas que supusieron el cierre de uno de los principales clientes en Chile y el cambio de gestión en otro de los clientes más relevantes de la firma en España. La facturación ha superado los 22 millones de euros hasta septiembre, con un alza del 11,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Este porcentaje hubiera sido del +20% sin los efectos negativos mencionados. En todo caso, estos factores adversos apenas han afectado a los beneficios que esta filial aporta al conjunto del Grupo, dada la contención en costes y mejoras en la productividad.

En la actualidad, Ingaso Farm se encuentra en un período de consolidación de la actividad, desarrollo de productos y puesta en marcha de nuevos proyectos de I+D+i, con el objetivo último de ampliar su negocio al resto del mercado porcino, más allá de las primeras edades del animal donde la firma está especializada y es un referente en el sector.

Con las dos adquisiciones anunciadas (ITF y Tecnovit), el Grupo Faes Farma ha logrado diversificar y ganar cuota de mercado en un sector con un claro potencial de crecimiento como es el de la nutrición animal. Tanto ITF como Tecnovit aportan negocio y cuota de mercado en porcino, y ésta segunda, además, incorpora los segmentos de rumiantes y avícola que tan buenas perspectivas de futuro se auguran con una población mundial en claro aumento.

El conjunto del negocio de nutrición y salud animal a septiembre aporta ya más de 29 millones a las ventas, considerando que ITF y Tecnovit contribuyen tan sólo a la facturación desde su fecha de adquisición.

Internacional medicamentos. Las ventas del negocio internacional, sin considerar bilastina, han aumentado un +11,9% en relación al mismo período del año anterior.

Crece con vigor las ventas en todos los países donde Faes Farma tiene presencia con filiales (una media del +44%), que acompañan al aumento de las exportaciones a través de los distribuidores locales.

Adicionalmente, el Grupo está reforzando su inversión promocional en las áreas geográficas tradicionales (América Latina y África), dos continentes con un importante potencial de desarrollo, y en donde la compañía se ha posicionado con filiales en México, Colombia, Ecuador, Perú, Chile y Nigeria.

Licencias. Las ventas por licencias de Bilastina crecen con fuerza, un +23% frente al tercer trimestre de 2016. Este gran impulso se debe, no sólo al inicio de la comercialización en Japón, sino también al desarrollo de la actividad en el resto de países donde ya tenemos presencia. Circunstancia que se suma a la notoriedad que tiene actualmente bilastina al tratarse de un antihistamínico de referencia en otros mercados, en especial en Europa y en Brasil.

Las ventas de Bilastina en Japón han logrado ya alcanzar una cuota de mercado muy relevante, superior al 2%, lo que indica que, pese al poco tiempo que lleva presente, el lanzamiento del producto en el primer mercado mundial de alergia está siendo un éxito.

En cuanto a otras licencias, es de especial importancia el acuerdo para Estados Unidos de Deflazacort gotas, el primer producto de Faes Farma en acceder al mayor mercado farmacéutico del mundo.

2.2 Costes y márgenes

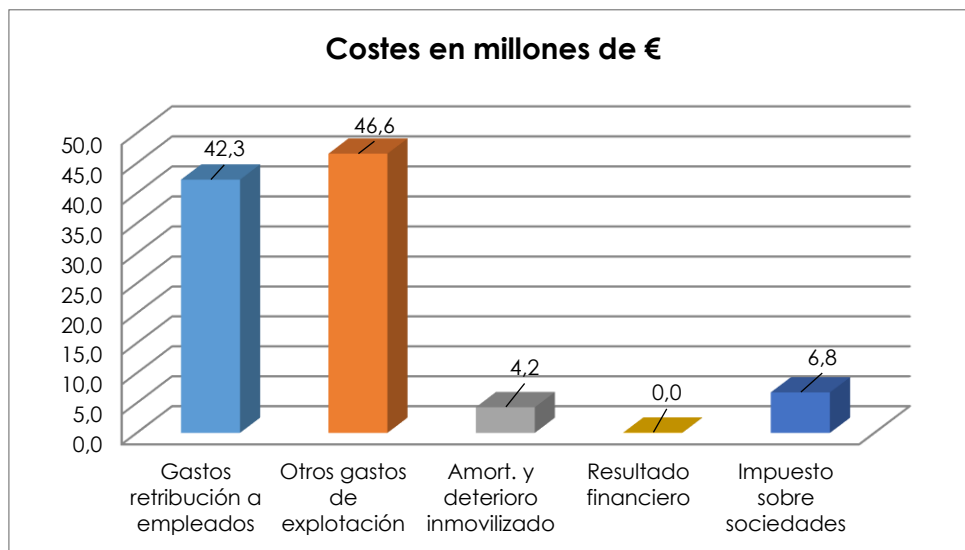
El margen bruto aumenta más de 16 millones de euros para situarse en el 66,8% sobre ventas. El gasto comercial y promocional en todas las áreas, en especial en Internacional Medicamentos, la inversión en I+D+i, así como los costes que aportan las inversiones inorgánicas elevan los epígrafes retributivos y otros gastos de explotación. La combinación de todos los factores lleva a un **crecimiento en el EBITDA del 3,8% con relación al tercer trimestre de 2016, situándose en 43,8 millones de euros. Esta cifra supone un margen del 22,1% sobre ventas.**

Las amortizaciones y deterioros de activos se reducen de forma que el **EBIT crece un 6,7% hasta los 39,6 millones de euros, situando el margen en un 19,9% sobre ventas.**

El resultado neto financiero mejora respecto el mismo período del año anterior. Con ello, el **Beneficio antes de impuestos alcanza los 39,6 millones de euros, lo que supone una mejora del +7,3% sobre septiembre 2016. Esta cifra significa un margen del 19,9% sobre ventas.**

En 2017 se ha previsto un esfuerzo relevante en I+D+i que ya se está ejecutando desde el inicio del ejercicio, con el consiguiente efecto fiscal positivo gracias a las deducciones generadas en el impuesto sobre sociedades. Tras la suma de todos estos factores, el **Beneficio Neto Consolidado atribuido a la Sociedad Dominante alcanza los 32,7 millones de euros, con un aumento del +8,6% respecto al mismo periodo del pasado ejercicio y un margen del 16,5% sobre ventas.**

En el siguiente gráfico se muestra la distribución, en millones de euros, de los costes:



3. Situación financiera e inversiones

La desahogada situación financiera que tenía el Grupo Faes Farma en trimestres anteriores ha permitido a la compañía desarrollar su plan estratégico de crecimiento, con compras inorgánicas e inversiones orgánicas, sin apenas endeudamiento.

En el primer trimestre se adquirió el 50% de la *joint venture* en México que poseía con otro socio alcanzando de esta manera el 100% de participación, una adquisición que refuerza nuestro posicionamiento en un país que consideramos estratégico al tratarse de un mercado tan relevante y con un claro potencial de desarrollo.

En abril, se materializó la primera adquisición inorgánica, con la compra del 100% de la empresa Initial Technical Foods (ITF). Esta inversión permite potenciar nuestra presencia en el área de porcino dentro de la División de Nutrición Animal.

A finales de junio se adquirieron dos nuevos Grupos empresariales: Por una parte, la empresa Tecnología & Vitaminas (Tecnovit) que refuerza nuestra área de Nutrición Animal, no sólo en porcino donde Faes Farma ya es una referencia con Ingaso Farm e ITF, sino también incorporándonos a los segmentos de rumiantes y avícola.

Con las dos compras mencionadas (ITF y Tecnovit), el Grupo dispone en este momento de tres compañías en nutrición y salud animal que aportarán un volumen de negocio muy relevante (superior a los 50 millones de euros en el conjunto del año), y nos permitirán obtener importantes sinergias entre las distintas áreas de especialización.

Por otra parte, e igualmente a finales de junio de este año, se produjo otra inversión inorgánica, la adquisición del Grupo Diafarm, firma con presencia en España, Portugal, Italia y Francia que nos aporta diversificación al entrar en el negocio de Healthcare con una gama muy amplia de productos OTC, dermocosmética y dietética, y que está especializada en soluciones naturales para la salud.

Nuestra sólida posición financiera previa a estas adquisiciones nos ha permitido abordar las tres operaciones con una mínima financiación externa y sin agotar el riesgo total otorgado por diversas

entidades bancarias. Esta posición nos asegura mantener el ritmo de inversión orgánica que ya teníamos en ejecución y que refuerza nuestras actuales instalaciones industriales en todos nuestros centros productivos, continuar con la actividad de I+D+i, y todo ello sin abandonar la búsqueda de nuevas inversiones inorgánicas.

4. Retribución al accionista

En el presente ejercicio 2017, la compañía ha cumplido con el plan retributivo aprobado en la Junta General celebrada en 2016. En el mes de enero se abonó el dividendo flexible a aquellos accionistas que optaron por la venta de sus derechos a Faes Farma, retribución que se completó con el pago del dividendo complementario íntegramente en “metálico” el pasado 20 de junio.

Con estas dos operaciones concluye el plan retributivo al accionista correspondiente al 2016, que ha supuesto un incremento del 18% sobre el total abonado el año precedente.

En la Junta General celebrada el pasado 13 junio de 2017 se aprobó un nuevo dividendo flexible, dada la gran aceptación que ha tenido esta opción entre nuestros accionistas en años precedentes. Se estima iniciar su tramitación a finales del presente año.

Con este esquema retributivo, a juicio de Faes Farma, se combinan rentabilidad, liquidez y optimización fiscal.

24 de octubre de 2017