

PlantaDoce.

ADN

Oriol Segarra (Uriach): “La transformación de Uriach escapa de los peligros del sector ‘farma’”

El consejero delegado de la farmacéutica argumenta el cambio hacia el *natural consumer healthcare* por riesgos como el control regulatorio y de precios en los medicamentos de prescripción.

D. Punzano
5 may 2021 - 04:54



Oriol Segarra traza la hoja de ruta de Uriach. El consejero delegado de la farmacéutica ha asegurado que **“la transformación de Uriach escapa de los peligros del sector farmacéutico”**. El directivo ha explicado las transformaciones de la compañía, que en los últimos diez años ha pasado de ser una compañía farmacéutica orientada al negocio de prescripción a orientarse al *natural consumer healthcare*.

El consejero delegado de Uriach ha apuntado en una sesión de *Matins Esade* que los peligros del sector farmacéutico y que estaba sufriendo la empresa como actor de la industria son **“los derivados de la prescripción médica, del control regulatorio y de precios**

1/3

<https://www.plantadoce.com/adn/oriol-segarra-uriach-la-transformacion-de-uriach-escapa-de-los-peligros-del-sector-farma>

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

PlantaDoce.

en base a la regulación y financiación pública que hay detrás”.

“Hace quince años teníamos muchas especialidades; actualmente, con la orientación al *natural consumer healthcare*, **nos enfocamos más al consumidor, lo que nos permite ser más rápidos, ágiles e internacionalizarnos**”, ha señalado Segarra. Este negocio engloba la parte de autoprescripción, además de la parte más natural como suplementos alimenticios, dispositivos médicos o determinados cosméticos.

“El enfoque enlaza con uno de los peligros del sector farmacéutico derivado de la regulación de la financiación pública de los medicamentos de prescripción”

Segarra considera que “hay una gran tendencia mundial del consumidor a buscar más productos naturales y menos químicos”. Por ello, el consejero delegado de Uriach cree que “este enfoque de negocio ha sido un acierto, porque **enlaza con uno de los peligros del sector farmacéutico derivado de la regulación de la financiación pública de los medicamentos de prescripción**”.

“Hemos construido *know how* y hemos conectado con una tendencia mundial que aún no está lo suficientemente explotada y en la que aún hay fragmentación de *players*”, ha remarcado Segarra.

El consejero delegado de Uriach ha indicado que las cinco palancas en las que se basa el liderazgo de la compañía son “**localizar, inspirar, desarrollar, ejecutar y ser referente**”. El directivo ha explicado la importancia de crear un propósito con un plan estratégico que tenga sentido y objetivos que conecten con las tendencias del mercado.

Uriach ha triplicado la facturación y ha multiplicado por cinco el el ebitda en ocho años

Segarra ha remarcado la importancia de la comunicación, ya que “**cuanta más información tenga la gente de la compañía, más ideas podrán aportar**”. El consejero

PlantaDoce.

delegado de la empresa ha comentado que “en las compañías hay mucho talento que no está explotado; hay que pasar de la guerra del talento al desarrollo del talento”.

El resultado de la transformación de Uriach se ha plasmado en sus cuentas.

“**Los últimos ocho años de Uriach son de crecimiento constante, alrededor de un 15%**”, ha asegurado Segarra. El consejero delegado de la farmacéutica ha destacado que “hemos multiplicado por tres la facturación y por cinco el resultado bruto de explotación (ebitda), lo que cambia el panorama de la compañía, que se ha vuelto más grande, sólida y con más posibilidades para crecer”.

Uriach ha diversificado su actividad por territorios durante los últimos años y también el tipo de negocio. La farmacéutica ha comprado tres empresas en Italia, una en Portugal y recientemente otra en Alemania con presencia en Suiza. **El objetivo de Uriach es ser líder en el mercado de *natural consumer healthcare* en Europa** y para ello también ha comprado algunas marcas para completar su cartera, según ha detallado Segarra.