

Con una facturación de 18 millones de euros en 2006, confía en crecer con una compra

Los productos no reembolsables hacen que Bama-Geve mantenga su crecimiento

M^a José R. Chamizo

mjrodriguez@recoletos.es

Los productos no reembolsables han sido la pata sobre la que se ha apoyado el crecimiento del negocio del laboratorio Bama-Geve, del grupo italiano Alfa Wasserman, en 2006, ejercicio en el que la compañía ha alcanzado una facturación de 18,2 millones de euros (casi tres millones más de lo que facturó en 2005), lo que representa un incremento de facturación del 18 por ciento. "No estamos centrados en el mercado sólo de los productos reembolsados, la parte reembolsable, que son las líneas de cardiología y traumatología, representan el 35 por ciento de nuestra facturación, por lo que las bajadas de precios afectan

El área hospitalaria, en la que cuentan con productos como 'Mepentol' y 'Linitul', es la que más facturó el pasado ejercicio

sólo a un tercio de la compañía", afirmó Germano Natali, consejero delegado del laboratorio, la semana pasada en Madrid en la presentación de resultados de la compañía. Por especialidades, el área hospitalaria, donde se encuentran productos como *Mepentol* (para la prevención de úlceras de presión) y *Linitul* (para el tratamiento sintomático de heridas superficiales, escocecuras y quemaduras leves), ha representado el 39,5 por ciento de la facturación, mientras que dermatología

ha sumado un 20,7, cardiología el 20,5 por ciento, traumatología un 16,8 y gastroenterología el 2,5. Los productos que más crecimiento en facturación han vivido han sido *Spiraxin*, antibiótico oral de amplio espectro exclusivo para las enfermedades intestinales de etiología bacteriana, con un aumento del 138 por ciento, y *Mepentol Leche*, con incremento del 68 por ciento. Para 2007, Bama-Geve pretende continuar con la dinámica ascendente que ha llevado hasta ahora en to-

das sus líneas, tanto por la evolución de los productos que ya están en el mercado como por el lanzamiento de otros nuevos como *Plusderm 1000*, introducido en enero de este año y que está indicado en el tratamiento sintomático de las dermatitis. Además, afirmó Natali, la compañía quiere crecer en productos reembolsables y se están llevando a cabo negociaciones para una posible compra, aunque, explicó que aún no han encontrado la oportunidad de comprar "porque se vende lo que no funciona". Para él, "quien tiene un laboratorio con posibilidades o no vende o quiere hacerlo a una cifra que finalmente no sale rentable", así que siguen buscando.