

DESDE DENTRO

BAMA-GEVE



Tras 100 años de historia, Bama-Geve es una compañía moderna que ve claro el futuro: "la innovación en productos originales", sin dejar atrás aquellos valores que le hicieron una gran compañía en los años 50, como "apostar por las personas con gran capacidad". Este laboratorio histórico, ahora propiedad del grupo italiano Alfa

Wassermann, investiga, sobre todo, en productos sanitarios para el tratamiento de la úlcera, para así fortalecer su línea más prometedora, *Mepentol*, y no descarta, tras la adquisición de la portuguesa BioSaúde en 2005, realizar nuevas compras, incluso de compañías de un tamaño superior al suyo.

"Queremos rescatar el espíritu de los 50"

TRADICIÓN RENOVADA

Hitos más importantes de la historia de Bama-Geve.

1909: En junio de 1909 se forma, en Tortosa, una comunidad entre el farmacéutico Gerard Vergés y el médico Antoni Oliveres que da origen a la compañía.

1923: Aparece el que habría de ser fármaco estrella: *Linitul*, apósitos engrasados para pequeñas heridas y quemaduras.

1949: Se funda Exclusivas Farmacéuticas Balari Marco, que después pasaría a ser Laboratorio BAMA S.A.

1982: Se produce la fusión entre Laboratorio Bama, S.A. y Vergés y Oliveres S.A. De aquí nace Laboratorios Bama-Geve, S.A., que mantiene los centros de producción en Barcelona y Tortosa.

1990: Es adquirida por la italiana Prospa. Ese mismo año, Germano Natali asume la dirección.

1992: Entra con productos dermatocósméticos de licencia en el mercado de la Dermatología.

1994: Se inaugura el nuevo centro de producción y almacén (cuatro naves industriales ubicadas en Tortosa, que suman más de 1.600 m²). Se inicia la introducción en Cardiología.

2002: Lanza *Mepentol*, para la prevención y tratamiento de las úlceras por presión.

2003: La compra Alfa Wassermann.

2005: Adquiere el laboratorio portugués BioSaúde.

Tenemos 100 años, que no son pocos y en la década de los 50 fuimos una compañía muy conocida en España con productos originales e innovadores como *Tosiletas* o *Linitul*. El mayor valor de la compañía eran las personas con gran capacidad. Queremos rescatar este espíritu". Esta es la idea que define a Bama Geve en la actualidad: "desarrollo en la continuidad", según señala su responsable en España, Germano Natali.

Cuando este responsable llegó a la compañía, en 1990, facturaba menos de 300 millones de pesetas. "Con dos cambios de accionistas desde entonces no le hemos cambiado el nombre, pero sí teníamos que desarrollar el negocio, ya que los ingresos no eran suficientes". Primero la compró el grupo Prospa (entre 1990 y 2002), con el que la compañía despegó hasta los 8 millones de euros de facturación, y en 2003 hubo un nuevo cambio de accionista, tras la compra por parte de Alfa Wassermann, que introdujo nuevos fármacos (pero el 70 por ciento de las ventas aún depende de fármacos anteriores) y los ingresos aún crecieron más. El año pasado cerraron con unos ingresos cercanos a los 23 millones de euros.

En un momento como el actual, la compañía no puede aplicar "fórmulas mágicas" para afrontar la crisis económica, pero sí "adaptar las posibles fórmulas al tamaño y las características de la compañía, como controlar los gastos, como siempre hemos hecho, y al mismo tiempo asumir más personal y subir el sueldo al actual. En tiempos de crisis es vital motivar a los empleados", explica Natali. Además, siguen apostando por productos originales, como *Spiraxin*, rifaximina, y la línea *Mepentol* (para las úlceras cutáneas); por la realización de estudios clínicos, y por la formación del profesional sanitario.



Natali destaca que en el 100 aniversario de la compañía se han encontrado con muchos profesionales del sector que recordaban con cariño fármacos como las *Tosiletas*, en la imagen, que fueron referentes en su tiempo.



A final de este año van a lanzar un complemento en cardiología &

"Es importante para nosotros estar en diferentes mercados, pero en nichos, en los que ser el líder o tener una posición destacada", explica. Así la rifaximina es un antibiótico no absorbible para el tracto gastrointestinal, "el único producto con estas características", o *Mepentol*, producto sanitario, que "ofrece la posibilidad al paciente de prevenir la úlcera por presión. Además contamos con *Mepentol Leche*, subfamilia específica para la prevención de las úlceras de la extremidad inferior. Ambos productos son únicos y con indicaciones para muchos pacientes".

Además de los ya mencionados, dentro de su vade-

mécum destaca *Linitul*, un producto de 1923. Sin embargo, "el de hoy no es el que se hacía en caja de lata. Está hecho en sala estéril, con máquinas modernas hechas a medida y se vende en sobres unidos. Un producto histórico que dentro de las gasas medicadas es el líder".

I+D gastrointestinal

"Tenemos que tener en cuenta que hemos crecido mucho pero seguimos siendo una compañía pequeña. Y, como grupo en Italia, Alfa Wassermann es de tamaño mediano". Conscientes de esto, tanto la compañía como el grupo se centran en pocos proyectos de I+D. "El área

más importante para el grupo es la gastroenterología, y para Bama-Geve son los productos sanitarios para el tratamiento de úlceras". Tanto el grupo como la compañía invierten el 3 por ciento de sus beneficios en I+D.

Pero su I+D no es exclusiva de esta área. A final de este año tienen previsto lanzar un complemento alimenticio para el paciente cardiológico, basado en un antioxidante natural. "No tiene efectos secundarios pero sí demostrada actividad protectora en la prevención de accidentes cardiovasculares", explica Natali.

Texto: FÉLIX ESPOZ
Fotos: COMPAÑÍA

La compañía está controlando los gastos y contratando personal como estrategia &

"Hay pocas oportunidades para comprar"

En 2005 Bama-Geve compró la portuguesa BioSaúde de Produtos Farmacéuticos, un laboratorio mediano que entonces facturaba 5 millones. Hoy ronda los 14. Esta compra se engloba dentro del proyecto de desarrollo de su grupo (Alfa Wassermann), pero la adquisición la soportó la española "para asentar su proyecto en la península". Además, el grupo está in-

terpretando adquisiciones en Francia y Alemania (está presente en Turquía y en países como Rusia, Polonia y Hungría, y sus productos se licencian en otros 65 países).

Con la compra de BioSaúde, Bama-Geve quería ampliar su mercado, sin renunciar a la filosofía de la portuguesa, "para que pueda seguir desarrollando sus propios productos". BioSaúde ha lanzado

productos del grupo, aunque sigue creciendo con sus fármacos locales.

Nuevas adquisiciones

Además, "Bama-Geve está intentado conseguir productos con una facturación alta en las áreas en las que estamos o laboratorios. No descartamos compañías más grandes que la nuestra, ya que nos apoyaría el grupo", señala

el responsable, aunque reconoce que "hay pocas oportunidades".

Ante esta perspectiva, para Natali, las claves del éxito de su empresa pasan por "intentar trabajar como una gran compañía a pesar del tamaño pequeño; dar la máxima importancia a las personas por encima de los números, y garantizar la calidad intentando encontrar la forma de diferenciarse".