«Queremos tratar con profesionales y para

BIOGRAFÍA PROFESIONAL

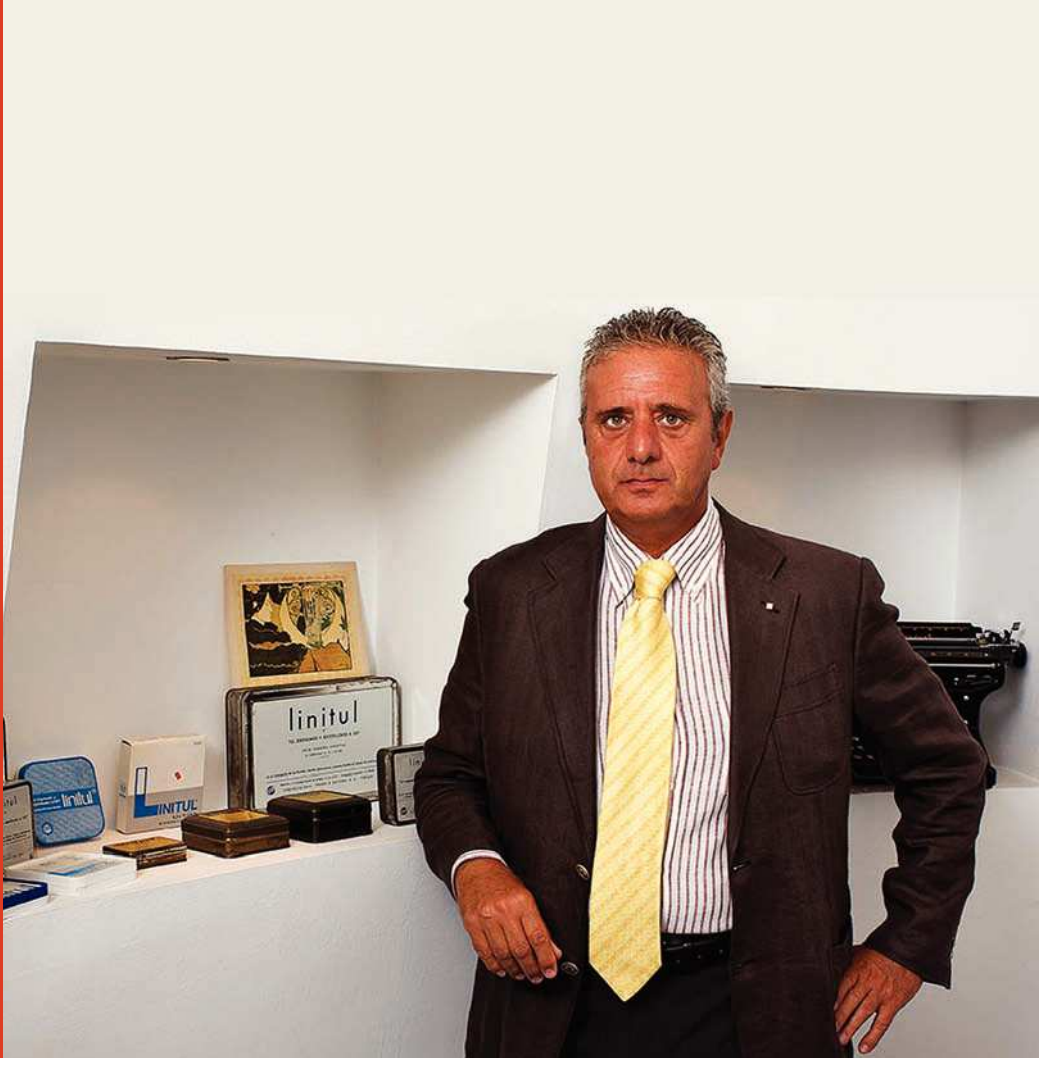
• Doctorado en Farmacia por la Universidad de Ferrara (Italia) y con un posgrado en Ciencias y Tecnologías Cosméticas, Germano Natali adquiere una gran experiencia en ventas y *marketing* tras su paso por el Laboratorio Prodotti Biologici-Braglia, L.P.B. de Milán y la compañía Ellem-Grupo Farmitalia Carlo Erba (Lecce-Milán).

• Completa y actualiza su formación con posgrados de Marketing Farmacéutico y Análisis y Evaluación Económico-Financiera en el Centro WINCH de Milán.

• En 1989 entra a formar parte del laboratorio S.P.A. - Società Prodotti Antibiotici, del grupo PROSPA, multinacional de origen italiano, como responsable de *marketing* de las líneas urológica y reumatológica, realizándose bajo su dirección lanzamientos de gran éxito.

• En septiembre de 1990 le ofrecen el proyecto de dirigir, como consejero delegado, la filial recién adquirida en España, Bama-Geve. En 2003, Alfa Wassermann, otro grupo multinacional de origen familiar italiano, adquiere Bama-Geve, con todo su equipo directivo y Natali al frente. Bajo su tutela se lanzan algunos de los productos estrella del grupo.

• Durante su estancia en España, el Dr. Natali se ha comprometido con la industria farmacéutica de nuestro país, llegando a ser elegido representante del Grupo Mixto en la Comisión de Gobierno de la patronal Farmaindustria.



DR. GERMANO NATALI

PRESIDENTE DE BAMA-GEVE

Cien años no se cumplen cada día, y menos en el mundo de la empresa y en los tiempos que corren, por ello el centenario del laboratorio farmacéutico Bama-Geve merece nuestra atención especial. En esta entrevista, su presidente, el Dr. Germano Natali, desgrana los momentos clave que ha vivido la compañía en el transcurso de su ya dilatada historia, y nos anticipa las bases de la estrategia con la que quiere afrontar sus retos más inmediatos.

Una fusión equilibrada de modernidad y tradición caracterizan el perfil de Bama-Geve, una empresa pequeña pero con las ideas muy claras sobre cómo encaminar su futuro.

ENTREVISTA REALIZADA POR REDACCIÓN OFFARM. FOTOGRAFÍAS: BAMA-GEVE.

nosotros el farmacéutico es una figura clave»

En este mes de junio Bama-Geve cumple 100 años. Es una efeméride que pocos laboratorios farmacéuticos tienen el privilegio de celebrar.

¿CUÁLES CREE QUE SON LAS PRINCIPALES APORTACIONES QUE HA HECHO BAMA-GEVE EN ESTOS 100 AÑOS AL ÁMBITO DE LA SALUD?

En las primeras décadas de su existencia y hasta la Guerra Civil española, el laboratorio original GEVE aportó interesantes productos de desarrollo propio, conocidísimos y muy apreciados en su momento por los profesionales de la salud, como *Tosiletas* o *Linitul*, un producto que nació en 1923 y que, manteniendo sus características esenciales, sigue siendo una marca de referencia tanto en hospitales como en farmacias.

En 1990 iniciamos una nueva etapa con mayor fuerza y dinamismo y ya en los últimos años, hemos hecho importantes aportaciones al mercado de la salud como la línea *Mepentol*. Desde el punto de vista del *marketing* y objetivamente hablando, creo que con *Mepentol* hemos creado el mercado de prevención de las úlceras por presión y úlceras vasculares. Y desde el punto de vista estrictamente sanitario, *Mepentol* y *Mepentol Leche* nos han permitido ofrecer a los pacientes españoles encamados con úlceras por presión y a los diabéticos con úlceras vasculares una solución efectiva a su problema. Se trata de una gran aportación, más grande aún si tenemos en cuenta el tamaño de Bama-Geve.

Nuestra última aportación original es *Spiraxin* (rifaximina), un antibiótico para el tracto gastrointestinal que se comercializa también en otros países de la Unión Europea y en Estados Unidos. Es un gran producto, de desarrollo propio del Grupo, y estamos luchando y peleando mucho por darlo a conocer, de momento con buenos resultados.

¿CÓMO ESTÁ VIVIENDO LA COMPAÑÍA ESTE ANIVERSARIO?

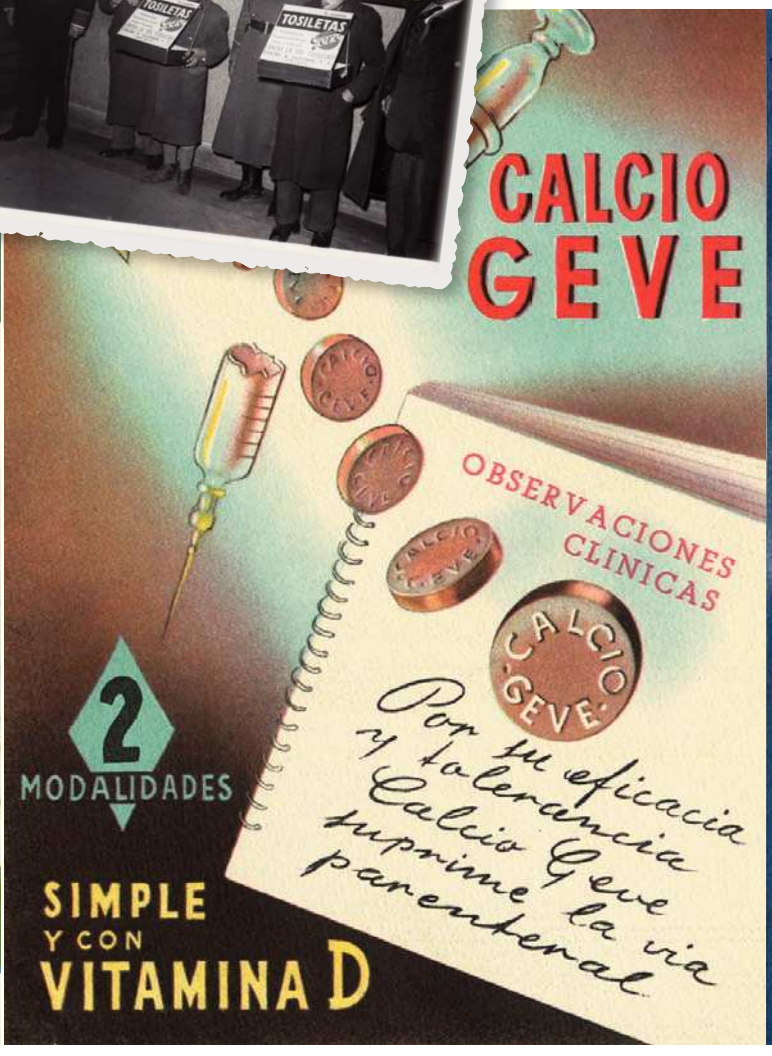
A pesar del contexto nacional y mundial de crisis económica, que afecta a todos los sectores, incluido el farmacéutico, podemos decir que Bama-Geve está celebrando su centenario en una situación positiva y de crecimiento. Hemos sabido aprovechar en los últimos años las ventajas de nuestra integración en el grupo Alfa Wassermann en 2003, que nos ha aportado productos importantes como *Spiraxin* y *Tonocaltín*, que nos han permitido seguir creciendo.

Cerramos el ejercicio 2008 con un volumen de facturación de 23 millones de euros, cifra que supone un crecimiento del 10% respecto al ejercicio anterior, con incrementos destacados como el 18% de la línea Mepentol, o el 14% en la línea traumatológica con Alanerv y Tonocaltin.

De momento, para los próximos años, yo diría que si continuamos trabajando duramente como hasta ahora, tenemos garantizado un futuro prometedor.

¿PODRÍA HACERNOS UN PERFIL DE LA CULTURA EMPRESARIAL DE BAMA-GEVE?

Al llegar a Bama-Geve hace 18 años, nos encontramos una compañía pequeña, sin fax y prácticamente con un solo ordenador, y nuestra filosofía fue trabajar para hacerla fuerte, viable y competitiva, con un lema: desarrollo en la continuidad. Así, hemos optado por mantener y cuidar nuestro producto clásico, *Linitul*, sin descuidar la incorporación progresiva de novedades a nuestra cartera. Prueba de la efectividad de nuestro lema es el hecho de que hayamos mantenido nuestro nombre. Lo más habitual es que tras una adquisición, las empresas adquiridas adopten el nombre de la adquirente, en aras de la armonización. En cambio nosotros hemos mantenido nuestro nombre, Bama-Geve, por el plus que nos aporta en un merca-



«El Estado debería defender con más firmeza a la industria farmacéutica, porque genera salud, riqueza y empleo de calidad»

do como el farmacéutico, en el que la confianza es un valor clave.

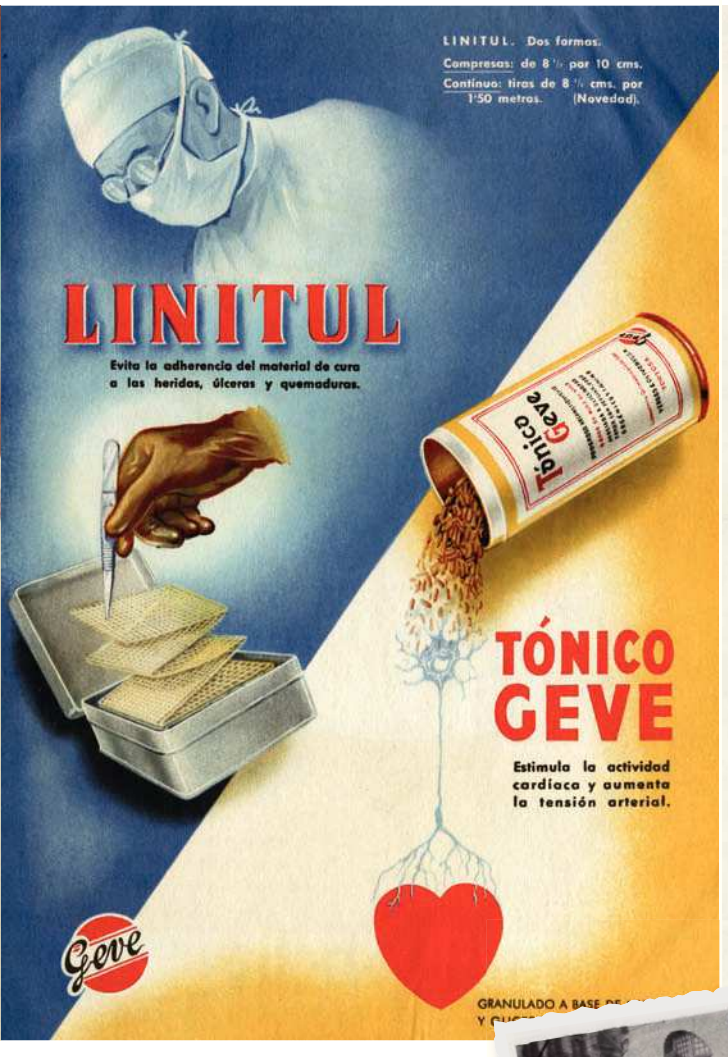
¿QUÉ VENTAJAS CREE QUE PUEDE TENER UNA COMPAÑÍA DE LAS DIMENSIONES DE BAMA-GEVE, EN LA ACTUAL COYUNTURA ECONÓMICA?

En coyunturas de crisis económica como la actual, es lógico que proliferen los procesos de reestructuración empresarial y reorganización del mercado, y muchas empresas acaben desapareciendo, sobre todo las más pequeñas, que suelen ser también muchas veces las más débiles.

Nosotros somos una compañía pequeña y frente a los riesgos reales de desaparición que implica la crisis actual, intentamos aprovechar las ventajas de nuestra dimensión limitada: en comparación con las compañías con más estructura, a nosotros nos resulta más fácil reorientar estrategias, tomar decisiones e involucrar al máximo a los recursos humanos en nuestro proyecto, sacando lo mejor de las personas tanto desde el punto de vista individual como de equipo: desde la recepcionista hasta el jefe de ventas, pasando por todos y cada uno de los colaboradores.

¿EN QUÉ TIENEN PREVISTO BASAR SU DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL FUTURO MÁS INMEDIATO?

En principio, queremos crecer en cada una de las porciones que componen nuestro pastel: Dermatología, Cardiología, Digestivo, Osteomuscular y prevención de úlceras, en particular confiamos en *Spiraxin* para aumentar significativamente nuestra facturación, porque es un producto que hoy por hoy está doblando las ventas del año anterior, aunque sigue teniendo una presencia limitada en el marco del volumen total de negocio de Bama-Geve. También esperamos crecer este año



y el que viene con la incorporación de un nuevo producto en Cardiovascular y con *Mayesta* (isotretinoína) en Dermatología.

¿TIENEN PLANES DE EXPANSIÓN?

Buscamos productos para poder crecer, sobre todo dentro de los mercados en los que ya nos movemos, pero sin dimensionar excesivamente la estructura de nuestra compañía. Incluso nos hemos planteado la adquisición de algún laboratorio de tamaño superior a la actual Bama-Geve, pero en la coyuntura actual resulta complicado.

El grupo Alfa Wassermann se halla en una buena situación y está buscando la entrada directa en países como Francia y Alemania, pero como digo, en España queremos crecer no sólo con ventas sino también a través de nuevas adquisiciones.

¿QUÉ SIGNIFICA LA OFICINA DE FARMACIA PARA SU COMPAÑÍA?

Es un interlocutor muy importante. Además de medicamentos, nosotros tenemos líneas de Dermocosmética y complementos nutricionales y hemos optado por distribuir estos productos únicamente a través de la oficina de farmacia, porque consideramos que su venta debe contar con la presencia y la actuación de un profesional de la salud de alto nivel como el farmacéutico. Queremos tratar con profesionales y el farmacéutico es una figura clave tanto en lo referente a la educación sanitaria de la población como en lo que respecta al consejo y el seguimiento de los tratamientos medicamentosos.

Yo mismo soy farmacéutico y, en consecuencia, esta profesión me merece el mayor de los respetos. Por tanto, tenemos claro que nos gustaría potenciar aún más el canal farmacia y estamos convencidos de que, por ejemplo, con una mayor implicación del farmacéutico, productos como *Linitul, Mepentol* o nuestras líneas de Dermocosmética llegarían a más clientes.

¿CÓMO PREVÉN POTENCIAR SU RELACIÓN CON EL FARMACÉUTICO?

Dada nuestra estructura y la dimensión limitada de nuestra compañía, no podemos aumentar demasiado la fre-

HITOS EN LA HISTORIA DE BAMA-GEVE 1909-2009

18 de junio de 1909	Se constituye, en Tortosa (Tarragona), una comunidad entre el farmacéutico Gerard Vergés Zaragoza y el médico oftalmólogo Antoni Oliveres Franquet, que es el embrión de la actual Bama-Geve. Entre sus primeros preparados figuran las *Tosiletas*, pastillas para la tos, y el *Aceite de Hígado de Bacalao Geve*, comercializado como reconstituyente y antirraquítico.
1923	Aparece el que sería su fármaco estrella: *Linitul*, apósitos engrasados para pequeñas heridas y quemaduras.
Principios de la década de los 40	Sale al mercado *Calcio Geve Simple*, vitaminas D y C para estimular el crecimiento infantil, primero en pastillas y más tarde en comprimidos efervescentes.
1949	Se funda Exclusivas Farmacéuticas Balari Marco, que después pasaría a ser Laboratorio BAMA S.A.
1982	Tiene lugar 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	Bama-Geve es adquirida por la compañía italiana Prospa (Società Prodotti Antibiotici S.P.A.). Ese mismo año, Germano Natali asume la dirección del laboratorio. La facturación en ese momento es de 290 millones de pesetas y el precio medio de los productos no alcanza las 100 pesetas.
1992	La compañía entra, con productos de licencia, en el mercado de la Dermatología, uno de los grandes pilares de la Bama-Geve actual. Desde 1996 ofrece productos de marca propia.
1994	Se inaugura el nuevo centro de producción y almacén, adaptado a la normativa GMP. Son cuatro naves industriales ubicadas en la ciudad tarraconense de Tortosa, que suman más de 1.600 m^2. Se inicia la introducción en el mercado de la Cardiología.
1997	Bama-Geve inicia la fabricación para terceros.
2002	Se lanza al mercado una nueva generación de productos para la prevención y el tratamiento de las úlceras por presión: *Mepentol*.
2003	Bama-Geve se convierte en filial de la la multinacional italiana Alfa Wassermann (fundada en Bolonia el 24 de enero de 1948). En marzo de ese año se inauguran las oficinas centrales de la compañía, de más de 800 m^2, en el centro neurálgico de Barcelona y se procede a la reestructuración total del centro de producción, incrementando, aún más, los niveles de calidad. Este centro se convierte en el único centro europeo de su nivel especializado en la fabricación de apósitos engrasados. Desde la integración en el grupo, Bama-Geve ha introducido en el mercado español algunas de las especialidades de Alfa Wassermann, como *Tonocaltin* (tratamiento de la osteoporosis, lanzado en 2004), *Alanerv* (antioxidante con acción neuroprotectora, en 2006) y *Spiraxin* (rifaximina), lanzado también en 2004. Estos productos obligan a la segregación de las líneas comerciales y a la entrada del laboratorio en el mercado de la Traumatología y de la Gastroenterología. Además, Bama-Geve desarrolla *Mepentol Leche*, el primer producto del mercado para la prevención de las úlceras de la extremidad inferior.
2005	Bama-Geve adquiere el laboratorio portugués BioSaúde Produtos Farmacêuticos, fundado en 1996 y especializado en la distribución de especialidades de Gastroenterología y Medicina general, Interna y Cardiología.
2008	Se cierra el ejercicio con una facturación, incluidos los servicios a terceros, de 23 millones de euros.

cuencia de las visitas a las farmacias ni aprovechar las ventajas de la venta directa. Lo que sí tenemos claro es que seguiremos explotando al máximo las posibilidades que nos brinda nuestra red de visita médica para informar cumplidamente al farmacéutico de nuestros nuevos lanzamientos y de las características y propiedades de nuestras gamas de productos.

Y POR ÚLTIMO, ¿QUÉ LECCIONES CREE QUE DEBERÍA APRENDER EL SECTOR FARMACÉUTICO, EN GENERAL, DE ESTE "BACHE" GLOBAL DE LA ECONOMÍA?

Probablemente el sector farmacéutico sea uno de los que menos se va a resentir de la actual crisis, porque los medicamentos son bienes de primera necesidad y la salud no atiende a coyunturas económicas.

Precisamente por esto, creo que el Estado debería defender con mayor firmeza a la industria farmacéutica, porque es un sector económico que no sólo es clave para la salud del país, sino que además genera riqueza y empleo de calidad.

La industria farmacéutica española ya no puede vivir sólo de la fabricación ni de jugar la baza de tener los precios más bajos de Unión Europea, ahora tiene que apostar también por la investigación, y esto va asociado a la creación y conservación de empleo de calidad, empleo con un valor añadido que, en la actualidad, es un factor clave para el mantenimiento de esta industria en Europa, con los riesgos de deslocalización que nos afectan a todos. Se trata, por tanto, de un sector que los Estados deberían proteger. **Of**