

Labiofam irradia hacia disímiles escenarios



Por Harold Iglesias Manresa

Labiofam, es una empresa cubana que si usted menciona su nombre le vienen a la mente una amplia gama de productos que van desde los farmacéuticos, biológicos y naturales hasta de higiene y aseo.

Su creación tiene como referente histórico el surgimiento de la industria cubana de vacunas y medicamentos veterinarios.

Esa es su principal línea de investigación y producción, pues produce y comercializa el 98 % de los medicamentos veterinarios en nuestro país y esa gama de antibióticos, antiparasitarios, anestésicos, vitaminas, suplementos nutricionales, antiinflamatorios, antisépticos, vacunas, sueros terapéuticos, estimulantes y reactivos para diagnóstico, entre muchos otros, igualmente deviene su principal renglón exportable.

Con el afán constante de renovar su producción industrial y fomentar la posible inyección de inversionistas foráneos a mediano y largo plazo, acudieron a la 34 edición de la Feria Internacional de La Habana (FIHAV), en busca de socios comerciales, financistas y posibles destinos para elevar su capacidad de exportación.

Gracias a un crédito intergubernamental del banco de desarrollo de China por valor de 60 millones de dólares, se construyen hoy tres plantas de producción de bioplaguicidas, biofertilizantes y bioestimulantes en las provincias de Granma, Villa Clara y La Habana, según explicó al semanario Opciones su director general Gustavo Junco Matos.

Dijo que esto le posibilitará, además, la producción de biolarvicidas para el enfrentamiento de las arbovirosis de focalidad natural transmitidas por mosquitos, lo cual le ahorrará al país alrededor de seis millones de dólares por concepto de sustitución de importaciones.

En medio de la marea alta de interés provocada por la mayor bolsa de comercio del Caribe, Adiley Gómez Oller, directora de negocios de la entidad, manifestó:

“Nuestro objetivo fundamental era, a la par de la estrategia trazada a nivel gubernamental, promover la inversión extranjera, buscar nuevas alianzas y posibles financistas.

“De hecho, durante estos días tuvimos la oportunidad de intercambiar con varias empresas interesadas en inyectar su capital en nuestra industria, con interés fundamental en la modernización de nuestra industria y enfocada en la producción de medicamentos veterinarios y vacunas, eje medular de nuestro grupo empresarial”.

¿Principales mercados receptores de los productos de Labiofam?

“Nuestros principales mercados emisores se hallan en países de África y América Latina, centrados en el programa de control de vectores para padecimientos como la malaria y el dengue, que ejecutamos desde hace varios años. Ese programa integral se ha mantenido con mucha aceptación, con productos biolarvicidas y el rodenticida biológico Biorat.

“Así, hemos logrado de manera estable, establecer negociaciones con esas naciones, además de que también hemos diversificado nuestras relaciones comerciales con China, Viet Nam, Malasia, Indonesia y países de Europa de forma emergente, a los cuáles fundamentalmente exportamos productos naturales, como los suplementos nutricionales para consumo humano”.

Tres líneas de productos, ¿constituye una fortaleza en su misión? ¿Cómo se comportan las ventas en el mercado interno?

“La misión fundamental del Grupo es la producción de medicamentos veterinarios, y desde hace algunos años somos los rectores del programa de bioproductos para la agricultura nombrados por el Ministerio de la Agricultura.

“Desarrollamos toda una línea de bioplaguicidas, biofertilizantes y bioestimulantes, renglón de mucha demanda mundialmente, pues se está abogando por una agricultura sostenible.

“Los productos de higiene y limpieza (incluidos los destinados a higiene industrial) están disponibles en la red de tiendas recaudadoras de divisas, además de destinar una parte a los puntos de leche como contribución al desarrollo de la industria ganadera.

“Este espectro de opciones convierte al mercado interno en el más fuerte destinatario de nuestros productos”.

¿Hay algún tipo de estrategia, para potenciar una posible inserción en el mercado estadounidense si continúan los pasos de acercamiento en el sector agrícola y otros?

“Labiofam con sus productos está preparado para dar ese paso si se levanta el bloqueo y la comercialización en ese mercado se materializa.

"Ellos tienen varias enfermedades para las cuales nuestra gama de productos en función de combatirlas les puede resultar de interés como los casos del medicamento homeopático Vidatox 30 ch (desarrollado por científicos cubanos para combatir padecimientos oncológicos), los diferentes suplementos nutricionales de origen natural, pues constituye un mercado alto consumidor de estos productos, e igualmente el rodenticida biológico Biorat ya que es conocido que en muchas regiones de Estados Unidos existe una situación bastante compleja con las plagas de ratas.

Pienso que sí estamos preparados para realizar negociaciones, pero reitero que dependen de cuán reales sean las flexibilizaciones para lograr nuestra inserción en ese mercado".

¿Novedades asociadas al cambio de imagen en el yogurt Paraíso?

"Paraíso es un yogurt probiótico, de alto valor proteico y sin conservantes químicos, reconocido por su calidad. Lo suministramos en la red de tiendas recaudadoras de divisas del país y como destinos más sólidos se encuentran las instalaciones del sector turístico de La Habana y Matanzas.

"Justamente de conjunto con el Ministerio del Turismo estamos inmersos en un programa inversionista que contempla a largo plazo la construcción de cuatro nuevas plantas productoras las cuales se ubicarían en los principales polos turísticos del país.

"La modernización tecnológica de la planta de La Habana nos permitió, además de incrementar la capacidad productiva, retomar los formatos de 100, 125, 250 y 500 ml y patentar un cambio de imagen, con la intención de complacer las exigencias de los visitantes foráneos en cumplimiento de las medidas para garantizar la inocuidad de los alimentos".

Dentro de su estrategia de diversificación Labiofam igualmente cuenta con una línea cosmética, en la cual sobresalen entre otros productos la crema facial revitalizante de miel de abejas, el champú germicida, la loción capilar higienizante, y aceite corporal.

Asimismo una decena de sus suplementos nutricionales y dietéticos forman parte del cuadro básico de salud humana, entre ellos los antianémicos.

En materia de negociaciones su experiencia también contempla la venta de paquetes de bienes y servicios. Brasil, Venezuela y Perú, además de países del continente africano, se hallan entre los destinatarios que han recibido nuestra colaboración en ese sentido.

En la actualidad existe un gran proyecto en esa área, de conjunto con la corporación ANTEC, para el control de vectores en la geografía de África, la más vulnerable por su preocupante situación epidemiológica.

En ese continente, específicamente en Tanzania, el grupo logró negociar la construcción de una moderna planta para la producción de biolarvicidas que debe ponerse en marcha en un futuro no lejano.

Como toda empresa cubana su modelo de gestión es perfectible, pero no cabe duda de que más allá del contexto de negocios propicio existente en FIHAV, el grupo irradia hacia disímiles escenarios por buen camino.

(Tomado de Cubasí)



Radio Habana Cuba