

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/noticias/20070726121537/>

Economía.- (Ampliación) Zeltia redujo sus pérdidas un 3% en el primer semestre, hasta 20,7 millones.

MADRID, 26 (EUROPA PRESS)

26 de julio de 2007, 12:15

ZELTIA ▲ ÚLTIMO:5.69 VAR.:%:5.96

Zeltia redujo sus pérdidas un 3% en el primer semestre del año, hasta 20,7 millones de euros frente a los 21,28 millones registrados entre enero y junio de 2006, informó hoy el grupo farmacéutico a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El importe neto de la cifra de negocios ascendió a 44,8 millones de euros, lo que supone un aumento del 5,3% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. La compañía cursó durante este periodo su primera disposición de la línea de capital que firmara el 23 de mayo con Santander Global&Markets y puso en circulación 4,296 millones de acciones nuevas que le reportaron una ampliación de 27,276 millones de euros.

Las ventas de las compañías del sector química de gran consumo, una actividad que supuso el 91,5% de la cifra de negocio de la compañía, ascendieron a 41,3 millones de euros, frente a los 39,3 millones de 2006. Las ventas del sector de biotecnología ascendieron a 3,5 millones.

Respecto a la inversión, destaca un incremento del 4% en los fondos destinados a I+D. Del volumen empleado, 18,7 millones de euros se emplearon en PharmaMar y 6,2 millones, en Neuropharma. La compañía recuerda que la nueva legislación de Información Financiera exige el cómputo de la inversión en I+D como un gasto más de la cuenta de resultados y no como un activo, lo que "suma mayores pérdidas". También en la relación de gastos, figuran los 13,9 millones de euros que gastó Zeltia en marketing y actividades comerciales, una cifra que se incrementó un 21% respecto del periodo anterior. Fueron las compañías de química las que se llevaron la mayor parte, pues la farmacéutica empleó en "campanas de marketing y publicidad y promocionales" para estos productos, un total de 12 millones de euros.

Por lo que se refiere a la situación de tesorería a junio de 2007, Zeltia comunicó a la CMNV una posición neta de 67,2 millones de euros, entendida como tesorería y equivalentes más las inversiones financieras corrientes (92,6 millones de euros), deduciendo la deuda financiera a corto plazo (25,4 millones).

La deuda a largo plazo asciende a 55,8 millones, de los que 29,9 corresponden a entidades de crédito y 25,9 a anticipos reembolsables de organismos oficiales para financiación de I+D a diez años con tres de carencia y sin interés.

QUÍMICA Y BIOTECNOLOGÍA.

Por áreas de actividad, en el sector de Química de Gran Consumo se registraron pérdidas del 3,8% en la venta de la pintura Xylazel durante el primer semestre del año. Sin embargo, el producto Oxirite vendió un 19,8% más que en el mismo plazo de 2006.

Respecto a Zelnova, que adquirió en mayo de 2006 la italiana Copyr SpA, Zeltia destaca que "se han ido consiguiendo las sinergias previstas" con aquella operación, con un crecimiento del 6,7% en las ventas consolidadas y, de entre ellas, una evolución del 10% en las exportaciones.

Asimismo, la compañía anunció que se están "perfilando acuerdos comerciales y de colaboración con algunas sociedades" italianas como el suscrito con "un importante grupo del sector por el que éste distribuye los productos de Selnova Kill-Paff y Coopermatic en Italia" mientras Zeltia distribuye en España una línea de protectores solares.

En cuanto al sector biotecnológico, la compañía destaca en su informe la "recomendación positiva" de la Agencia Europea del Medicamento sobre la comercialización del medicamento para sarcoma en tejidos blandos llamado Yondelis (de PharmaMar). En su indicación para el cáncer de ovario, Zeltia informó que el estudio "sigue según lo previsto para la presentación de una solicitud de comercialización" tanto en EEUU como en Europa.

En el campo de NeuroPharma, Zeltia señala el avance en el desarrollo del fármaco NP-12, indicado para la Enfermedad de Alzheimer, para el que ya se han iniciado los trabajos de diseño y preparación del primer ensayo en fase II con pacientes de este mal. Los ensayos hasta ahora realizados "sugieren que no produce efectos negativos acumulativos en el tiempo".

Por último, las ventas del producto de Genómica Clinical Arrays HPV han experimentado un crecimiento del 36%.