

# PlantaDoce.

Empresa

## Bayer España incrementa un 3,3% sus ventas en 2019, hasta 693 millones de euros

La filial española de la multinacional farmacéutica alemana alcanzó 340 millones de euros en su división farmacéutica en el ejercicio 2019.

PlantaDoce  
28 may 2020 - 11:30



Bayer aumenta sus ventas en España. La filial española de la multinacional farmacéutica alemana alcanzó una facturación de 693 millones de euros en el ejercicio 2019, según han explicado Bernardo Kanahuati, consejero delegado de Bayer España, y Guido Senatore, director médico de Bayer España, en una rueda de prensa telemática celebrada en las instalaciones de la empresa en Sant Joan Despi (Barcelona) este jueves.

Del total de esta cifra, **340 millones de euros se corresponden con el área farmacéutica de la filial española, una subsidiaria que contabiliza un total de 2.294 empleados**, según ha explicado Kanahuati.

---

# PlantaDoce.

---

Además, ambos directivos han informado acerca de las ventas totales del grupo, que en 2019 alcanzaron 43.545 millones de euros, frente a 39.586 millones de un año antes. **Por sectores, el área *farma* registró un incremento del 5,6%, hasta 17.962 millones de euros;** mientras que el departamento de *consumer health* mejoró por encima del 2%, hasta 5.462 millones de euros. El área de *crop science*, por su parte, aumentó las ventas un 1,4%, hasta 19.832 millones.

“Este crecimiento en el área farmacéutica se ve impulsado principalmente por productos como Xarelto, indicados para prevenir la formación de coágulos sanguíneos potencialmente mortales”, ha comentado el consejero delegado de Bayer España.

Por otra parte, preguntados por el reajuste en los precios y una situación que se deriva de la crisis del coronavirus Covid-19, Kanahuati ha precisado que “la situación es delicada, la prioridad debe ser reforzar el sistema y el diálogo con las administraciones va a ser importante”. No obstante, “tenemos que seguir trayendo la innovación de forma rápida. El papel que juega España es esencial y hoy más que nunca vemos la necesidad de reforzarlo”, añade.