

El desafío de especializarse como los médicos

Una firma importa y provee materiales descartables para neurocirujanos. También brinda capacitación a médicos y residentes.

Verónica Surbek
pymes@clarin.com

En un universo tan grande, agitado, nutrido de información y en constante cambio como el de la medicina, ¿qué esperanzas podía tener una pequeña firma? Esa fue una de las preguntas que se planteó Agustín Deleón, gerente general de Necod Argentina. Y dentro de su experiencia como hombre formado en el mundillo del *marketing*, encontró la respuesta: "Nuestro gran acierto fue especializarnos, al igual que lo hacen cada vez más los médicos. Nosotros apuntamos a ser referentes en la provisión de material descartable para neurocirugía".

Esta empresa del barrio porteño de Caballito comenzó hace una década a comercializar materiales estériles y no estériles para cirugía, con un objetivo claro: desde su lugar, aportar a la incorporación de técnicas y procedimientos quirúrgicos de avanzada. Deleón ya había trabajado como vendedor en otras firmas, incluso para una multinacional, en la que —asegura— aprendió muchas claves del negocio.

"Es útil comprender cómo tra-

bajan los grandes, que ahora son nuestros competidores en algunas áreas. Ellos tienen otra mentalidad, otra política, otro presupuesto, y diferentes apoyos y presiones. Nosotros aprendimos a valorar lo que tenemos y a entender el por qué de lo que no tenemos. Esta es una buena regla para cuando se maneja poco presupuesto", explica Deleón.

Producto más formación

Cuando se formó la empresa, ya había otras proveedoras de insumos similares. "Pero pocas estaban especializadas. Lo más común es dedicarse a la traumatología, que es lo que más rinde. Fue entonces que detectamos que existía una **necesidad insatisfecha** de productos especializados", recuerda Deleón.

Investigaron y descubrieron que en el país había 1.000 neurocirujanos especializados. "Es un número muy elevado para la población que tenemos y a la vez una de las ramas que más formación requiere —informa Deleón—. Entonces encontré un nuevo sendero: no sólo vender un producto —que lo compra el sistema de salud— sino también ofrecer la formación."

Así, la fórmula de Necod com-



JUAN MANUEL FOGUERA

bina elementos básicos: un producto de muy buena calidad, un circuito de promoción y distribución bien armado, y la capacitación necesaria para los médicos que lo utilizan.

Aprendizaje constante

Los profesionales de la medicina están obligados a mantenerse en **capacitación constante**, y la mayoría de esos conocimientos se adquieren por fuera del ámbito académico: viajan alrededor del mundo, se empapan de las experiencias de sus colegas y conocen nuevos métodos y técnicas para salvar vidas. Con esa misma filosofía, esta Pyme se mantuvo a la vanguardia de las tendencias que marcaban otros países, como Estados Unidos y Francia.

Para ofrecer formación trabajan en combinación con la empresa brasileña Micromar, que además les provee algunos de los insumos que Necod vende en la Argentina. "Es que en nuestro país, para formarse en esta técnica, es necesario incorporarse como residente en el equipo de algún cirujano. Por eso, nosotros ofrecemos al residente presentarle la técnica, y cuando se recibe comienza a especializarse", explica Deleón.

LA EMPRESA

Logros y desafíos

⚡ A fines de 2005, la **vertebroplastia** fue incorporada al PMO (Plan Médico Obligatorio). Novedosa, sencilla y mínimamente invasiva, esta técnica sirve para tratar las lesiones de vértebras por golpes u osteoporosis. Y consiste en inyectar un cemento acrílico en la vértebra dañada, que paulatinamente ayuda a la **recomposición del hueso**. Además, evita el sufrimiento que llevaba, en casos más graves, a dejar a las personas postradas e inmovilizadas. Agustín Deleón, desde su empresa, Necod, trabajó duro para que la incorporación al PMO se lograra. Por eso destaca, orgulloso, el importante logro que significó esto para la salud en la Argentina, pero también para su empresa. Hoy, el trabajo de Necod está centrado en el tratamiento del dolor. <

En muchos casos, estos jóvenes médicos compran sus propios equipos. Pero si no lo hacen, Necod les ofrece un sistema de alquiler, para que puedan contar con el equipamiento necesario dentro de su campo de acción.

Entrar en la cadena

Los principales clientes de esta Pyme son las obras sociales, las aseguradoras de riesgos de trabajo (ART), los sanatorios, las clínicas y las empresas de medicina prepaga. También trabajan con hospitales públicos y organismos estatales dedicados a la salud.

"En nuestro país, el sector público está muy bien armado: todas las empresas proveedoras estamos habilitadas. Para eso, hay que cumplir una serie de normativas y requisitos impositivos y legales. Y esas mismas regulaciones de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) tienen vigencia para todo el Mercosur", asegura Deleón. Esas normas, explican, son altamente exigentes. Además, están obligados a presentar certificaciones de calidad de cada producto. "Eso, desde el lado del paciente, es una garantía de calidad", concluye. <