

Innovacion Accion en el Mercado de la Imagenología

Espacio de publicidad Hologic

Trabajamos por y para mejorar la salud de la mujer Hologic es una compañía fundada en el año 1987. Su apertura al mercado fue con la innovación y desarrollo de la densitometría ósea por rayos X. “A partir de este momento –comenta Rubén Telmo, director regional de venta de Hologic Latín América- la compañía cursa por un gran crecimiento”.

Revista Diagnóstico: ¿Por qué toman como punto de crecimiento la innovación en la mejora de la densitometría ósea?

Rubén Telmo: Porque la densitometría ósea por rayos X reemplazó a la antigua densitometría que se realizaba con una pastilla radioactiva.

Esto pasó alrededor de hace 20 años atrás. Sin embargo, este innovador proceso de producción en la imagenología nos condujo al estudio y producción en otras áreas de diagnóstico por imágenes. La compañía, en el año 1999, adquirió una empresa que realizaba los paneles digitales que transformaban los rayos X en imágenes. Y, en el año 2000, Hologic compra una compañía líder en equipos de mamografía, Lorad, con la idea de poder acoplarle los paneles digitales que ya habíamos adquirido. Entonces, pasamos a ocupar, no sólo un lugar muy fuerte en densitometría ósea, sino también –con la compra de Lorad- en mamografía. En conclusión, Lorad y Hologic desarrollan lo que hoy por hoy es tecnología de punta en mamografías.

R. D.: ¿Cuál es el nombre final que adoptó la empresa?

R. T.: En su proceso de transición, Hologic absorbe lentamente a la otra compañía. Y, finalmente, se respeta el nombre de Hologic.

R. D.: Lo que están ofreciendo -tanto en nuestro país como en el extranjero- es tecnología de excelencia, ¿cuál es el secreto?

R. T.: Hace alrededor de dos años introducimos al mercado un equipo de mamografía con sistema digital de conversión directa, Selenia, que combina el más reciente avance de la tecnología con la sofisticada posibilidad de administrar la capacidad de información.

Tenemos un sistema que es único: los rayos X se convierten en una señal eléctrica sin pasar por el proceso intermedio. Esto redundo en una calidad de imagen excelente, con un contraste muy fuerte. Nosotros, tenemos como foco de atención el cuidado de la salud de la mujer, y dentro de lo que hacemos –mamografíaconsideramos que es un rol muy importante, porque el cáncer de mama es una de las principales causas de muerte.

R. D.: La calidad de imagen que logran con este nuevo e innovador equipo ¿cuánto supera a las anteriores?

R. T.: Es muy difícil de dar un número. Pero, lo que podemos asegurar es que estamos a la vanguardia en calidad de imagen.

R. D.: ¿Y Ya a se están utilizando estos equipos?

R. T.: Tenemos ya instalados una cantidad importante de equipos en América, excepto en Argentina, que por cuestiones económicas no hemos podido aún lograr su incorporación.

Hemos instalados dos equipos en la Universidad Católica de Chile. Varios equipos en Brasil, en los principales centros de referencias: Unidad de Radiología Paulista (URP) del doctor Belfer; y también vendimos un equipo al doctor Claudio

Kemp. En México, al doctor Marcos Tawil en su propio centro, y al doctor Miguel Stoopan.

R. D.: ¿Por qué resultan tan caros los equipos en Argentina?

R. T.: Porque los equipos son totalmente importados y el costo todavía es un poco elevado para nuestro país. Sin embargo, pensamos que en un corto tiempo vamos a poder incursionar con las ventas. Por ejemplo, dentro de los mamógrafos hay equipos analógicos que pudieron ser vendidos en Argentina. Pero si hablamos de algo innovador, de Selenia equipo digital, aún no es posible incorporarlo.

R. D.: Sólo realizan equipos de imágenes para detección de lesiones?

R. T.:No. También nos dedicamos a equipos que se utilizan una vez detectado la lesión- a elaborar equipos para tratamientos. Y algo realmente interesante, es la mesa de estereotáxia (stereotactic): la mesa MultiCare.

Este producto sí pudo ser posible instalarlo en Argentina.

R. D.: ¿Qué función brinda?

R. T.:La mesa permite hacer biopsia de mama con la paciente recostada. Esto implica una enorme comodidad para la paciente.

R. D.: ¿Cuál es país que más adquiere los equipos de Hologic?

R. T.:Estados Unidos sigue siendo nuestro principal mercado. Seguido por Europa, Asia y Centroamérica. En el área de la densitometría ósea, en Latinoamérica hemos logrado una penetración bastante buena, tenemos clientes muy importantes.

R. D.: ¿Lo eligen por su innovación y calidad de imagen o tiene otras facilidades para los profesionales?

R. T.:Nosotros tenemos algunas características que son interesantes, y una de ellas es la innovación. Hay equipos que son realmente muy rápidos para hacer estudios. Y, además, tienen la facilidad de poder, no sólo hacer el estudio de la densidad de mineral de huesos, sino también hacer el estudio de la columna vertebral en 10 segundos. Sólo 10 segundos bastan para saber en qué estado se encuentra la columna. Sobre estos pilares se ha ido apoyando nuestra compañía para ir forjando un liderazgo, en los Estados Unidos y en el mundo, en cuanto a lo que posibilita el cuidado de la salud en la mujer. Pensamos que detrás de cada equipo que vendemos hay una paciente, por eso hacemos lo mejor.

R. D.: ¿Se quieren abrir al mercado de la salud con otros productos o sólo se interesan por el cuidado de la mujer?

R. T.: La compañía está sólo enfocada en eso. Hoy en día hay alguna división que se orienta hacia la traumatología pero relacionado con la densitometría ósea. Se realizan miniarcos en C para hacer fluoroscopia en extremidades.

Que si bien, tuvo un buen resultado, sin embargo nuestro foco mayor es el cuidado de la salud de la mujer. Hace poco, acabamos de tomar la distribución de la firma Suros que hacen dispositivos de biopsias, en Estados Unidos y Europa porque tiene que ver con nuestro eje, nuestra estrategia de expandirnos en el área de imágenes para el tratamiento del cáncer de mamas.