

Una historia que se reescribe en un presente y futuro de liderazgo

Pablo Manzotti

Este año surge Carestream Health, una empresa que nacida a partir de la larga historia del Health Group de Kodak, decidido a mantener esa fuerte presencia en el mercado del diagnóstico por imágenes. Para hablar de este momento que vive la compañía y pensar su presente y futuro mediato, Revista Diagnóstico dialogó con Daniel Quintana.

Podríamos comenzar desarrollando, sintéticamente, el concepto Carestream Health a partir de la historia de Kodak...

Son ya más de 110 años los que Kodak ha estado presente en el mercado de imágenes para la salud y siempre liderando en todos los países donde actúa y ha actuado. En los últimos años se tomó la decisión de conseguir aliados estratégicos para intensificar y profundizar esa presencia mediante el desarrollo de tecnología y nuevos productos consolidando el liderazgo histórico que posee en el mercado. Mucho antes del anuncio formal en mayo de este año, el grupo Onex realiza un acuerdo con Kodak adquiriendo dicha división de productos para la salud de la empresa. De esa operación surge una nueva: Carestream Health, el cien por ciento de Kodak Health Group. Un nuevo dueño, pero manteniendo la totalidad de su estructura, tanto en lo que se refiere a empleados como a fábricas en todo el mundo donde se encuentra la firma. En síntesis, lo que se produjo fue un gran cambio a nivel compañía pero en cierta forma pequeño o imperceptible para el mercado y los usuarios que continuarán recibiendo el mismo producto con la calidad y jerarquía de siempre. La gran diferencia es que éste corporativo ha comenzado a realizar inversiones en tecnología y desarrollo de nuevos productos de una forma mucho más intensa respecto a cómo se llevaba en el pasado. Es por eso que existe una gran satisfacción dentro de todo el grupo que formamos Carestream Health ya que, en el corto plazo, se empezaron a percibir los buenos resultados de éste cambio estratégico.

¿En qué puntos centrales se puede percibir ese cambio, si cabe mencionarlos?

Ya se está trabajando intensamente en muchos proyectos a nivel de desarrollo de productos que todavía no existen en el mercado. Normalmente sale un producto nuevo al mercado y otras compañías, muy rápidamente, tratan de tener algo similar para competir. Lo que Kodak hizo durante toda su historia fue ser la primera empresa en llegar al mercado con la novedad. Carestream Health sigue la misma estrategia. Pensamos todos de esa manera y en eso estamos trabajando. Estamos en un mercado muy competitivo, con muchas necesidades insatisfechas y dispuestos a avanzar tecnológicamente.

¿En qué momento se encuentra Carestream Health, dado su situación actual y su historia con base en Kodak?

En un momento de absoluto liderazgo. Ahí no cabe ninguna duda. La respuesta está en lo rápido que se realizó este cambio de dueño. La posición de Kodak ya era de tal liderazgo y tan avanzada tecnología propia, desarrollada e impuesta en el mercado, que hizo muy atractiva la posibilidad de que Onex se quedara con ella, con su sector de salud. La tecnología que ya manejaba la empresa es de absoluto liderazgo en todo el mundo. Ni hablar de lo que se viene.

¿Cuáles son los productos top que posee la empresa?

Saliendo de lo tradicional altamente conocido, podríamos mencionar todo lo que tiene que ver con radiología computarizada, C.R. el cual, como la llamamos profesionalmente. Es el reemplazo directo de la película tradicional, suprimiendo el uso de químicos y permitiendo el manejo posterior de la imagen mediante software que da la posibilidad ampliar la capacidad de diagnóstico. Obvio todas las soluciones digitales y a la medida 100% digitales, que incluyen diagnóstico remoto, almacenamiento y distribución de imágenes. Carestream Health ha empezado a desarrollar planes de permanentemente mejoras sobre los productos actuales. Ha sacado una nueva línea de modelos C.R. que han logrado una calidad de imagen, por ahora, única en el mercado.

¿Cómo es la inserción de los productos Kodak en Latinoamérica?

Como todos los mercados emergentes, el Latinoamericano tiene oscilaciones. Actualmente, y no es ninguna novedad, se encuentra en fuerte expansión y crecimiento. En el aspecto tecnológico, los países que salen de un período de crisis económica, mantienen en principio los equipos que poseen pero, inmediatamente, empiezan la renovación y, normalmente, saltean pasos intermedios y se dirigen a lo último disponible. En Argentina, como en el resto de la región, Carestream Health mantiene un liderazgo igual que en el resto del mundo con sus productos de última generación en el mercado y es la empresa elegida para re equiparse. Hoy podemos destacar, también, más allá de la perfecta inserción del C.R., la incorporación del D.R., que es la radiografía digital directa. Es un sistema que no pasa por la placa de fósforo y, mediante un sensor, permite visualizar directamente la imagen en una pantalla. Poseemos también equipamiento y software para almacenamiento, transmisión de imágenes y manejo de la clínica radiológica (PACS y RIS).

¿Cuál es la relación de la empresa con el profesional médico, en pos de la optimización del uso del equipo en su trabajo cotidiano?

Una de las características distintivas de Kodak cosechada a través de su historia, y que hoy se mantiene en Carestream Health, es la de estar permanentemente en contacto con universidades y con todas las asociaciones que nuclea a los médicos de las distintas especialidades. La empresa busca realizar actualizaciones con los profesionales preparándolos con el fin de obtener la mejor utilización de las herramientas que Carestream Health va desarrollando. El contacto es estrechísimo en todos los países. No hay producto que se desarrolle sin que existan dentro del grupo de trabajo profesionales médicos o representantes de aquéllos que van a usar estas tecnologías. Este trabajo es necesario ya que el avance tecnológico ha implicado cambios de paradigmas en el acceso al diagnóstico. Trabajar con imágenes en tres dimensiones, por ejemplo, significa abogar por una reeducación del profesional que trabaja con esa información y llegar a los centros de estudios para que los futuros egresados conozcan la tecnología con la que dispondrán en el desarrollo de la disciplina.

Como para cerrar, ¿cómo se sintetiza este momento que está viviendo la empresa?

Básicamente la aparición de Carestream Health, además de una gran noticia, es lo mejor que le pudo pasar nuestra división como la nuestra que trabaja en productos para la salud. En el momento que se produjo el cambio a Carestream Health se expuso un plan estratégico que ya se está implementando, que ya se está haciendo realidad. Y ese es el mejor balance que se puede realizar. Carestream Health nació para innovar y superar la herencia que recibió.