

## **Philips y el desarrollo tecnológico en el área de la salud**

### **Pablo Manzotti**

El ingeniero Lorenzo Vallerga es director de Philips Medical Systems región Cono Sur. En esta charla con Revista Diagnóstico explica la situación actual de la empresa en el área médica, su fuerte crecimiento en el mundo y en la región, y la proyección para el futuro inmediato.

¿Cuál es el presente, la situación actual de Philips Medical Systems?

La posición de Philips Medical Systems en el mundo, en general, es muy buena. Y también lo es como división dentro de la empresa. En los últimos seis años, Philips le dio una fuerte impronta al sector, algo que antes no tenía tanta importancia. La empresa está enfocando su estrategia en dos grandes grupos, tratando de alinear todo dentro de un concepto de one Philips, dado que hasta ahora hemos estado trabajando como empresas aisladas en cada una de las áreas de negocios. Son cuatro áreas: Lighting (iluminación), Consumer electronics (tv, audio y video), el área de pequeños aparatos domésticos (para el cuidado personal y del hogar) y el área de salud. Esta última, tenía una participación total en el negocio de Philips, a nivel mundial, en orden del siete u ocho por ciento hasta el año 1997 y, actualmente, conformamos el segundo negocio de la compañía. Pasó a obtener casi un treinta por ciento de las ventas mundiales de Philips. Esto se produjo con un foco grande de la empresa, con inversiones. Desde el año 1998 se realizó la compra de distintas compañías. Las cuatro o cinco más importantes fueron: A.T.L., en ultrasonido se compró el área médica de Hewlett Packard, Agilent, Marconi Medical Systems, A.D.A.C, y una cantidad de empresas más pequeñas. El crecimiento de ventas de sistemas médicos y la importancia del sector dentro de la compañía, no solo fue producto de un incremento orgánico sino, también, por estas adquisiciones. Philips Medical Systems a nivel local (Argentina) también tuvo un crecimiento considerable. Después de pasada la crisis las ventas del año pasado fueron récord de los últimos dieciocho años, más aún que durante la década del noventa. Y ese récord también se concretó en Chile, donde se vendió más que en los últimos quince años. Philips Medical Systems está dividida regionalmente en clusters, en grupos de países, y en Argentina se encuentra el gerenciamiento de los cinco países del sur; lo que denominamos South Latam o Cono Sur, conformado por Bolivia, Uruguay, Paraguay, Chile y, claro, Argentina. Las áreas de negocios donde se mueve la división están compuestas por equipos de diagnóstico, a pesar de que hay, también, algunos equipos de monitoreo o de cardiología incorporados a partir de la compra de Agilent. Dentro de lo que es diagnóstico, se abarca todo el espectro: rayos X, resonancia magnética, tomografía, ultrasonido y medicina nuclear.

¿Cuáles son los equipos con mayor movimiento comercial en la empresa y como juega la creciente digitalización en todos los aparatos de última generación?

Desde que comenzó a reactivar el mercado, a fines de 2004, descubrimos que, para cubrir la desinversión de los últimos años, el área donde más se invirtió fue en resonancia magnética. Los equipos de ultrasonido, sobre todo en ecografía, tuvieron también un repunte importante. Actualmente, la situación ha comenzado a estabilizarse, dado que los primeros que avanzaron con este equipamiento fueron los centros de mayor envergadura, como por ejemplo: Hospital Italiano, Diagnóstico Maipú, Fundación Científica del Sur, Centro de Diagnóstico del Doctor Rossi, Swiss Medical, Investigaciones Médicas y demás. Para ese tiempo que mencionábamos antes, fue cuando comenzó a imponerse en el mercado, a nivel mundial, la tomografía multislice para estudios cardiológicos. Si bien todavía le falta la completa aceptación de los inversores de salud ya hay gran cantidad de equipos instalados y a instalar durante este

año. Y lo que se viene imponiendo fuertemente es el PET con tomógrafo incorporado (PET-CT). En Chile se registra el mismo movimiento. Hubo una inversión, muy fuerte, de equipos de angiografía digital, en los últimos dos años, tanto a nivel de mercado público como a nivel privado. Todos estos equipos de alta tecnología a los que hemos hecho referencia son digitales. Dentro de este contexto, los que sí vienen ganando espacio son los equipos de radiología digital, si bien todavía no hay unidades instaladas en el mercado es algo que, en el futuro inmediato, tendrá amplia demanda. Actualmente hay algo intermedio, como son las placas de fósforo que permiten la digitalización de la imagen.

¿Qué podemos esperar de avances en materia tecnológica en la empresa, y cual es la proyección para el presente año?

Philips está trabajando, como todas las grandes empresas, en tecnología de diagnóstico molecular. El PET-CT es un ejemplo que marca esta tendencia. Obviamente, se trata de tecnologías muy nuevas que están en fase de investigación. Por otro lado, Philips, en esta nueva etapa que encara donde se está rearmando como empresa, más allá de las divisiones de productos que señalábamos al comienzo de la entrevista, va camino concentrarse en dos aspectos: Lifestyle y Healthcare. La empresa, al margen de la investigación, producción y venta de equipos profesionales, también está llevando adelante el desarrollo para equipos médicos de uso hogareño. Por ejemplo, en Estados Unidos hasta hace muy poco, era la única empresa que contaba con un desfibrilador automático para ser vendido al público en general. Es una tendencia de la empresa darle un fuerte impulso a estos dos aspectos: el estilo de vida y el cuidado de la salud. En los países de la región esperamos seguir creciendo fuerte. Philips ha sido, desde antes de la crisis, una de las pocas empresas grandes que se ha mantenido con toda su estructura disponible. Incluso, hoy en día, todo ello está reforzado en todas las áreas. Además, contamos con algo bastante particular a nivel local que es el know how y la capacidad técnica para asesorar en producto y en entrenamiento a los usuarios. Lo que comúnmente se denomina "entrenamiento de aplicaciones médicas de los equipos". Toda esa gente a cargo del área tiene base en Buenos Aires y de aquí se atiende a todos los países de South Latam.