



Nuevo nombre con el objetivo de expansión en el mercado

Consolidar un nombre en el competitivo mercado del diagnóstico por imágenes es una tarea que requiere de una gran estrategia por parte de la empresa que se aboque a tal tarea. En Revista Diagnóstico, durante los últimos meses, hemos compartido el proceso que ha llevado adelante Carestream Health, una denominación que abre su andar sobre los pasos de la importante historia marcada por la antigua división de salud de Kodak.

En esta oportunidad es el turno de dedicarnos a la situación de Carestream Health Brasil y para ello dialogamos con Alvaro Sugai, quien es Director General de la marca para ese país y Gerente de Canal para Latinoamérica.

En el comienzo de la exposición, Sugai refiere muy claramente a la importancia de la comunicación en busca del objetivo de la consolidación del nuevo nombre

La comunicación de la marca Carestream Health en Brasil comenzó en junio del año pasado, ya que se esperó que se firmara el proceso de adquisición de la unidad en nuestro país. Dado que un nombre como Kodak, con tanta presencia en el mercado, es muy difícil de suplantar, el trabajo de comunicación es paulatino y en el próximo encuentro de la J.P.R. (Jornadas Paulistas de Radiología) será el primer evento importante donde nos presentaremos como Carestream Health en Brasil. Obviamente, para nuestros clientes, el registro de la marca Carestream ya ha comenzado dado que nosotros nos identificamos con esta nueva denominación y las personas que formamos parte de la compañía somos las mismas que venimos trabajando desde hace años como Kodak. La consolidación de un nuevo nombre es un proceso que no se da de un día a otro, requiere de un amplio trabajo de planificación en el proceso de comunicación, y el congreso de JPR es nuestra apuesta fuerte para la presentación en sociedad.

¿Se puede decir que ya hay instituciones con las que trabajan como Carestream en Brasil?

Durante los últimos nueve meses se realizaron varios negocios que llevamos adelante, en términos de soluciones digitales, como Carestream Health. Podríamos decir que hay alrededor de unas quince soluciones (como PACS Y RIS) que comenzaron a funcionar desde nuestra comercialización en este periodo de tiempo.

¿Alguna institución que podamos destacar en particular?



Cerramos un negocio con un hospital que es líder de opinión y que se llama Mãe de Deus. Es una institución privada muy importante de la región sur del país.

Además, hay otra institución con la que estamos trabajando, que es la mayor entidad pública dedicada a cancerología, y se denomina INCA (Instituto Nacional do Câncer) Este lugar es la referencia en el tema para el gobierno de Brasil. Ahí estamos realizando un proyecto de soluciones digitales basadas en PACS y comenzaremos con su instalación en el mes de abril.

Obviamente, el encuentro de la JPR es uno de los eventos más importantes realizados en Latinoamérica en el universo del diagnóstico por imágenes. La estrategia de Carestream en Brasil de utilizarlo como plataforma de lanzamiento de su nuevo nombre es muy importante, dado que apuesta a la relevancia de los invitados internacionales y a mostrar su nueva gama de productos y soluciones.

¿Qué más podemos agregar del congreso de la JPR, como van a acompañar el evento para la presentación en sociedad?

Queremos darle el marco importante para seguir en la tradición del trabajo realizado por Kodak durante tantos años. Presentaremos los productos de la nueva familia de C.R.s, en la línea de DirectView, para mamografía y rayos X. En unión con estos equipos, realizaremos el lanzamiento de toda la solución de diagnóstico para mamografía con las workstations de mamografía de alta definición en conjunto con CAD (Computer-Aided Detection). Es sumamente importante, porque es todo un sistema nuevo que se

anunciará por primera vez públicamente en la J.P.R. Por supuesto, se presentarán las nuevas versiones de software con las que contamos en nuestro sistema de PACS.

A su vez, en relación con la mamografía, traeremos la nueva impresora DryView6800, sin duda el top del mercado global al día de hoy en lo que refiere a este tipo de equipamiento y tecnología. También se realizará el lanzamiento de una nueva impresora para rayos X, un artefacto pequeño, que permite ocupar muy poco espacio y es de muy fácil traslado. Es el modelo DryView 5800. Para completar nuestra línea de productos, realizaremos el lanzamiento del D.R. 3000 y el 3500 para rayos X en el campo de la radiología digital.

¿Cuáles son las metas para el año 2008, como estrategia de consolidación de la marca Carestream Health en Brasil?

Considero que lo más importante es que, dado que como Kodak históricamente somos líderes del mercado en todas las áreas de imágenes médicas, debemos continuar con esa trayectoria como Carestream Health. Así, para el 2008, queremos seguir incrementando las ventas de nuestras soluciones, ampliando nuestra presencia en el mercado y afirmar nuestro liderazgo, principalmente, en la parte digital.

Hoy somos líderes absolutos en términos de PACS para los grandes proveedores en este mercado, pero esperamos llegar a lo máximo posible de nuestra solución como base instalada. Esto es un importante objetivo porque la familia de productos que se asocia a los PACS a partir de las soluciones de RIS vienen muy fuerte para la marca Carestream. En definitiva: si se incrementa la base instalada, se incrementa como Carestream Health, lo que implica un salto importantísimo para el posicionamiento del nuevo nombre.

Respecto del aspecto de comunicación de datos médicos, ¿cuál es la situación de la esta tecnología con el concepto HL7?

Nuestras soluciones son "Full Compliance" y, por ende, con base HL7. Lógicamente, no sucede lo mismo con el mercado ya que la norma se está recién empezando

a imponer en los distintos países de Latinoamérica, con dispar suerte en cada territorio. En Brasil se están comenzando a determinar los primeros pasos acerca del protocolo de información de datos médicos. Frente a esta realidad, en Carestream Health desarrollamos software que permiten que integremos nuestros productos con las soluciones locales. En consecuencia, somos compliance con HL7 y somos compliance con todos los tipos de comunicación que existen en el mercado.

¿Cómo se define la relación con el profesional médico desde Carestream Health?

Cuando se vende una solución de este tipo, se está vendiendo un servicio. Por esta razón, la relación es muy fuerte y se trabaja constantemente muy cerca del cliente. Uno de los valores que sobresale de nuestro enfoque de trabajo implica el "entender y comprender las necesidades del cliente"; solo de esta manera cumpliremos las expectativas del mismo.

Cuando el cliente adquiere una solución, no siempre está al tanto de todos los beneficios que puede obtener del correcto uso de la misma. Nosotros contamos con un equipo estructurado integrado por ingenieros de proyecto y personal de servicio que no solo hacen soporte, sino que poseen un conocimiento muy amplio de las aplicaciones del producto y sostienen un contacto estrecho con el cliente. Con cada una de las soluciones que tenemos instaladas en distintos establecimientos se mantiene una relación mensual a través de nuestra gente de ventas y de servicios. Cuando se compra una solución hay que seguir su expansión y aplicarle las nuevas versiones de software que salen al mercado.

En resumen, contamos con un gran equipo de gente para mantener esta suerte de "relationship" con nuestros clientes.

¿Hay algo que desee agregar a la presente entrevista?

Como cierre quisiera agregar que el mercado brasileño está muy bien, ha crecido bastante en los últimos tres años y creemos que el evento de la J.P.R. será una posibilidad inigualable para mostrarnos en sociedad y avanzar en nuestro objetivo de lograr un importante crecimiento en las ventas.