

ENTREVISTA

“Somos muy flexibles a la hora de dar soluciones”



Rafael Ruiz Mosquera

Consejero delegado de Simmedica

Simmedica nació hace 16 años para distribuir en España y Portugal los productos de Pentax, uno de los principales fabricantes de endoscopios. En 2015 la compañía japonesa la adquirió para establecerse directamente en nuestro país y conservó su marca. Gracias a su estrategia de acompañamiento del cliente, en dos años ha pasado de un 20% a un 30% de cuota de mercado.

¿Qué mercado tiene la endoscopia en España?

La endoscopia consiste en acceder al cuerpo humano a través de orificios naturales, y tiene mucho futuro porque evita dañar el cuerpo y dejar una cicatriz. Es un mercado controlado por tres grandes compañías japonesas, y una de ellas es Pentax, propietaria de Simmedica, la única con sede en Madrid. Las tres vienen del mundo de la óptica, muy importante en la endoscopia, porque al final se trata de una cámara muy

pequeña que permite ver con mucha resolución en un entorno con muchísima humedad y sin luz, donde son muy importantes el color y las texturas a la hora de determinar si algo es maligno o no.

¿En qué se diferencian de sus competidores?

Me encantan nuestros competidores porque son muy buenos y eso es lo que nos hace replantearnos todo cada mañana. Si tuviera que destacar algo, no hablaría de tecno-

logía, porque podemos ser mejores ahora y que en seis meses nos adelanten. Sí somos mucho más flexibles que ellos a la hora de dar solucio-

nes, nos adaptamos mejor al entorno. Mientras ellos intentan vender más producto, nosotros intentamos ayudar al cliente a largo plazo. Por ejem-



plo, luchamos contra la obsolescencia tecnológica y dotamos al cliente de herramientas para evitarla, y eso se logra si compartes riesgos con el cliente, si le prestas tu producto, le cobras por uso y cuando llegue una nueva tecnología, se la suministras de la misma forma, porque cuando compras tecnología, inmediatamente compras obsolescencia.

¿Es su estrategia para mantener a sus clientes?

Se trata de conocer sus problemas, explicarles que los endoscopios se tienen que lavar, desinfectar y esterilizar. Y en ese camino nos hemos hecho distribuidores de varias marcas de esterilización y de lavado de endoscopios. Queremos ser su proveedor de todo y esas soluciones que hemos estado creando han enriquecido el mercado y nos han hecho crecer sobre lo que ya crecíamos. Y hay cosas que tenemos que mejorar, como el tiempo de respuesta para reponer o prestar un tubo de endoscopia para que los pacientes que llevan unos días preparándose no se queden sin pasar su prueba y tengan que seguir con la incertidumbre de saber si padecen alguna enfermedad.

¿Cómo prevén solucionar ese problema?

Normalmente, si me piden un tubo antes de las tres de la tarde, lo reciben antes de las ocho y media de la mañana, y ahora estamos invirtiendo para potenciar algunas regiones. Vamos a reemplazar el centro de trabajo de Barcelona por otro más grande, y vamos a abrir en Bilbao y en Sevilla, todos con préstamos y taller de reparación, porque la última milla cada vez va a ser más importante, que los clientes perciban que estamos cerca.

¿Comparten estrategia con otras filiales de Pentax?

Toda esta estrategia la hemos diseñado aquí, y nos hemos convertido en el país que más vende endoscopia de Pentax en toda Europa. Me encanta compartirla con ellos porque no quiero crecer yo solo. Otra decisión fue desarrollar aquí nuestro propio software para la gestión de la máquina, que hemos hecho en Barcelona. Es una herramienta muy avanzada y la estamos exportando a Europa.

www.simmedica.com