

EMPRESAS | PLATAFORMA 2I



Sagrado Corazón, innovación para una sanidad más cercana

La clínica sevillana, englobada en USP desde 1998, apostó por la creación de centros periféricos en distintos puntos de la ciudad para aproximarse a los potenciales usuarios y lideró para el grupo la puesta en marcha de un departamento de atención al paciente

M. CAÑAL

■ USP Clínica Sagrado Corazón presentó el pasado 24 de noviembre ante la Plataforma 2i –integrada por once empresas andaluzas y dirigida a fomentar la innovación– su experiencia en el desarrollo de iniciativas innovadoras. En este caso, la compañía defendió que en el sector sanitario la innovación no tiene por qué venir sólo de la incorporación de nuevas tecnologías para el diagnóstico o el tratamiento de enfermedades, sino también de la puesta en marcha de sistemas de gestión y estrategias pioneras para acercarse a los clientes.

El consejero delegado de USP Clínica Sagrado Corazón, Pedro Ellauri, recordó las peculiaridades de una empresa de este tipo, donde con lo que se trabaja es con la salud, que es “lo más importante para las personas”. Destacó en este sentido que un “aspecto diferencial” de esta clínica es que, además de ofrecer “el mayor nivel de asistencia sanitaria”, se cuidan especialmente los “servicios hoteleros”. “Somos un hospital privado; nuestros clientes son exigentes y nos reclaman una serie de servicios”, señaló.

Esto lleva a la necesidad constante de “implantar nuevas tecnologías y servicios, mejorar la gestión de procesos y potenciar el desarrollo profesional de los trabajadores, además de realizar habituales ampliaciones o remodelaciones de las instalaciones”. “No tenemos un mercado cautivo, por eso tenemos que mejorar continuamente”, dijo.

En este contexto se enmarca una de las iniciativas innovadoras que la clínica presentó ante el foro: la puesta en marcha desde 1995 de varios centros médicos ubicados en las zonas de mayor expansión de la ciudad de Sevilla (Nervión, Sevilla Este y Aljarafe) y orientados a dar un servicio más cercano al cliente. “Estos centros –explicó Ellauri– han tenido un papel fundamental en el crecimiento del negocio y la mejora de la atención asistencial”, y el grupo USP, que adquirió la clínica en 1998, “está implantando la idea en otras ciudades”.

Cada centro cuenta con las especialidades médicas más demandadas en la zona y su éxito ha animado a la compañía a abrir más ubicaciones en los próximos tres años. “Hemos hecho la primera red sanitaria privada de Sevilla”, subrayó Ellauri, quien explicó que esto ha ayudado a captar para la clínica a clientes que, en caso de no existir estos centros, quizá hubieran recurrido a otros profesionales. “No tenemos la filosofía de tener un hospital y que venga quien quiera, sino de acercarnos a los clientes”, afirmó el consejero delegado.

El director gerente de la clínica, Manuel López Otero, presentó otra de las iniciativas innovadoras puestas en marcha por la empresa, el Departamento de Atención al Paciente (DAP), surgido por la necesidad de asegurar que el nivel de atención no se deterioraba pese al proceso de expansión de la compañía. Este proyecto nació en la clínica sevillana y luego se ha extendido a toda la red de



Al frente. Pedro Ellauri, consejero delegado de USP Clínica Sagrado Corazón, y Manuel López, director gerente. FOTOS: A. PIZARRO / MANUEL GÓMEZ

Recursos humanos

La compañía defiende la importancia de la formación, la comunicación interna y la motivación del personal

Orígenes y evolución

De la pequeña consulta de un médico a una red internacional

La Clínica Sagrado Corazón nació en 1973 en un chalet cercano al complejo hospitalario sevillano Virgen del Rocío por iniciativa del médico Agustín Ballester. Este pequeño centro fue creciendo con sucesivas ampliaciones, y a mediados de los 90 comenzó a crear centros periféricos en la ciudad. En 1998, el grupo estadounidense United Surgical Partners (USP)

compró la clínica, que pasó a formar parte de una gran red de centros en España. En 2004, la sociedad de capital riesgo Mercapital adquirió el 65 por ciento de la compañía. El equipo directivo pasó a controlar el 20 por ciento y USP, el 15 por ciento restante. En la actualidad, el grupo USP cuenta con diez hospitales en España, dos de ellos en Andalucía –Sevilla y Mar-

bella (Málaga)–, con una plantilla total de 2.500 médicos y otros 2.000 empleados. Según Pedro Ellauri, la intención de la compañía es seguir creciendo con la incorporación de nuevos hospitales en países cercanos. La clínica de Sevilla, con 300 trabajadores, facturó 29,2 millones de euros en 2004 y este año superará los 30. Su objetivo es afianzar su actual liderazgo.

USP en España, dotándolo de una estructura organizada y con indicadores estandarizados de funcionamiento.

Este departamento exige la implicación de todo el personal y está coordinado por un responsable que se encarga de visitar a todos los pacientes de nuevo ingreso, detectando posibles problemas y facilitando su solución. Además, informa diariamente a la dirección y realiza un informe semanal de incidencias que es analizado por ésta. Los resultados, afirmó López, indican una notable mejora, especialmente en la clínica sevillana, que está “por encima de la media de USP en satisfacción del cliente”.

En el ámbito de los recursos humanos, López destacó que la clínica “cuida especialmente la formación, sobre todo en las áreas técnicas y de atención al cliente; y la comunicación interna es muy fluida, con una intranet muy completa y la revista *Latidos*”. Una iniciativa novedosa es la llamada USP Champions League, una competición entre los diferentes hospitales del grupo que permite comparar sus ratios y premiar al más destacado. Con ello se motiva al trabajador, que además recibe una gratificación económica si su centro gana.

Ellauri destacó también el componente social de Sagrado Corazón, que colabora en actividades como Tierra de Hombres, a través de la cual la clínica ha operado ya a 49 niños marroquíes con afecciones cardíacas.

Los miembros de 2i

Grupo Joly	Grapesa
Brenntag	Sánchez Romero Carvajal
Cunext	Sadiel
Dopp Consultores	Persán
Fuerte Hoteles	USP Clínica Sagrado Corazón
Huntsman Tioxide	Consultora de apoyo: Socintec-Grupo Azertia