

EQUIPAMIENTO

Fuentes (Sanitas): “El estudio genético es el futuro de la medicina deportiva”

Patricia López

15 mar 2017 - 05:00

Sanitas es una de las aseguradoras que más pasos ha dado hacia adelante para posicionarse como referente en el segmento de la salud asociada al deporte. En 2014 creó la unidad de medicina deportiva en el Hospital Universitario de la Moraleja y, en 2015, reforzó su patrocinio con el Real Madrid. Ahora, ha comprado la *start-up* Healthia para crecer en este mercado estratégico. “Tenemos la obsesión de mejorar la salud de la sociedad y dado que un 61% de los españoles considera que el deporte es fruto de bienestar, debíamos entrar en ese segmento”, explica el director ejecutivo de nuevos servicios, Javier Fuentes, en una entrevista con *Palco23*.

“La medicina del deporte es una línea de negocio muy importante para Sanitas, y debemos estar donde los clientes demandan salud”, argumenta. De ahí que hace dos años impulsaran esta sección en el Hospital Universitario de la Moraleja, el buque insignia del grupo. “Aquí vienen los jugadores del Real Madrid a pasar la revisión médica, pero sobre todo dirigimos a los deportistas amateurs, que constituyen nuestro mayor grueso de clientes”, comenta.



Javier Fuentes es director ejecutivo de nuevos servicios de Sanitas desde diciembre de 2015. / Sanitas

Según el ejecutivo, la línea de negocio estrella en el campo de la medicina deportiva es la prevención de lesiones. “El 90% de las muertes súbitas están relacionadas con problemas cardíacos que se podrían haber diagnosticado mediante el reconocimiento médico deportivo”, apunta, “por esto estamos muy focalizados en la prevención, que es donde menos han puesto el foco otros actores”.

A día de hoy, esta unidad realiza chequeos deportivos, pruebas de esfuerzo para detectar anomalías cardiorácicas, y ofrece el servicio de rehabilitación, pero también trabajan en el campo de la medicina regenerativa y, tras asociarse con Podoactiva, elaboran informes biomecánicos de la marcha.

Otro de los momentos clave para la compañía ha sido la reciente adquisición de Healthia. “Con su compra aspiramos a liderar la digitalización del sector privado de la salud, y esta operación nos sitúa a la cabeza en este terreno”, explica sobre la aplicación, que se presenta como un *e-commerce* que vende bonos canjeables por revisiones médicas en el campo del deporte. “Al ser una plataforma abierta, ahora tenemos más cobertura y llegamos al cliente digital”.

“El sistema nos aporta un modelo de negocio que está bien gestionado, que opera en el campo de la medicina deportiva y que navega en el mundo digital”, detalla sobre la importancia de captar clientes a través de las nuevas tecnologías.

Consciente de que en el mundo digital la competencia es muy fuerte, la compañía no aspira a combatirla. “Queremos que la Red de proveedores dados de alta en Healthia

crezca y añada nuevas cadenas de hospitales privados, aunque sean competidores”, comenta al afirmar que la finalidad de esta operación es “estar más cerca de los clientes, reales y potenciales”.



Sanitas es proveedor médico del Real Madrid, el Comité Olímpico Español (COE) y la Federación Española de Fútbol (Rfef). / Sanitas

Al hablar de los próximos retos de Sanitas, el directivo tiene claro que los esfuerzos de la aseguradora pasan por realizar estudios genéticos que impulsen su oferta de exploraciones médicas. “El mundo de la genética es el futuro. Los reconocimientos para prevenir lesiones serán más completos si incorporamos estos estudios. Aún no podemos anticipar los proyectos que estamos barajando, pero vamos en esa dirección”, adelanta.

Se trata de un campo por explotar, pero que reportará miles de usuarios a la aseguradora si se consolida en este segmento. Para empezar, “vamos a ofrecer nuestros servicios de estudios de genética a las federaciones autonómicas para acercarnos a los potenciales clientes”.

Sobre las previsiones de cara a 2017, Fuentes considera que asumirán los objetivos que tienen fijados. “Hemos crecido porque no nos dirigimos únicamente a los profesionales y porque el deporte está ganando penetración en la sociedad. Dos millones y medio de personas practican *running* en España, y el 50% de ellos salen a correr al menos tres veces por semana. Esto reflejan que hay oportunidades de negocio muy grandes”.

De ahí que haya surgido una coyuntura favorable al desarrollo de la actividad de

Sanitas. “Han aparecido negocios colaterales al mundo del deporte. Por ejemplo, firmamos un acuerdo con la cadena AltaFit para ofrecer descuentos a sus abonados de manera que incorporemos a clientes *pay per service*”, explica sobre la estrategia de la compañía, que sella alianzas con gimnasios para atraer a clientes puntuales.

Ahora bien, la empresa planea abrir gimnasios propios para llevar más allá su negocio. “Somos especialistas en salud integral, sólo nos diversificaremos en el área de la medicina deportiva y, a lo sumo, promocionaremos el deporte en la sociedad promocionando eventos, como carreras populares. Crear centros deportivos no es nuestro segmento”, aclara.

La empresa controlada por el grupo inglés Bupa tiene mucho por hacer en este terreno, ya que cuenta con una red de cuatro hospitales, 22 centros médicos multiespecialidad, 16 centros de bienestar, 180 clínicas dentales, cuarenta residencias de mayo-res y tres centros de día, y gestiona a 10.100 empleados.