



CRISTINA HERNÁNDEZ, DIRECTORA COMERCIAL DE CAP VITAL SANTÉ ESPAÑA

“No somos una red sino una agrupación independientes unido

“Nuestro objetivo es facilitar una prestación de servicios irremplazable, uniendo competencia, escucha, disponibilidad y proximidad”. Son palabras de Régis Naulin, gerente de Cap Vital Santé Francia y que, de hecho, representan el lema y filosofía del Grupo. *Mundo Ortoprotésico & Ayudas Técnicas* ha tenido la oportunidad de entrevistar a Cristina Hernández, máxima responsable de la Red en nuestro país, quien actualmente trabaja en estrecha colaboración con la Central francesa para configurar un organigrama empresarial profesional y comprometido, que mantenga las directrices de su “matriz”, la cual se ha convertido en una de las firmas líder en distribución de material médico y ortopédico de Francia.

¿Cuándo y con la iniciativa de quién se crea la “filial” de Cap Vital Santé en España?

La compañía hace su aparición oficial el 22 de mayo de 2006, después de varios años de gestación. Régis Naulin, gerente de Cap Vital Santé Francia, alimentaba el deseo de desarrollar su homólogo hispanico desde el año 2000. Mientras consolidaba de manera definitiva la red francesa, asentándola en el punto estratégico de líder en el mercado de la distribución de material médico y ortopédico, continuaba observando de cerca el mercado español.

La fuerza de esta red de servicios no reside solamente en el aporte de su experiencia, saber-hacer o incluso en

los soportes de comunicación, sino más bien en el concepto de base. Y es que, cada asociado es accionista de la sociedad madre y disfruta cada año de los dividendos generados por la gestión “del buen padre de familia”, la Central, acompañado de las Remesas de Fin de Año otorgadas por los proveedores gracias al cúmulo de los pedidos de todos los asociados durante el ejercicio.

Además, este accionariado induce a la existencia de

un Consejo Estratégico constituido únicamente de asociados quienes, con la Central, van a orientar y decidir las acciones a llevar a cabo para la promoción de su red: Cap Vital Santé.

No es, pues, una franquicia que pretende simplemente exportarse, sino una agrupación de verdaderos profesionales independientes de la distribución de material médico y ortopédico que se federan alrededor de un concepto global.

¿Por qué decide el grupo francés establecer esta unidad de negocio en territorio español?

La llegada de Cap Vital Santé del otro lado de los Pirineos no debe nada al azar. El mer-

“AUTÓNOMA AL 100%, LA CENTRAL ESPAÑOLA TIENE UNA VOCACIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL, SIGUIENDO LOS PASOS DE LA COMPAÑÍA FRANCESA”

de franquicias, de profesionales s por un concepto global”

cado de la distribución de material médico y ortopédico ofrece perspectivas serias a medio plazo. La explosión previsible del «Papy Boom» español (envejecimiento de la población), presenta poco desfase con su homónimo francés. Un estudio estratégico ha revelado diferentes vías de desarrollo en este país, donde todavía queda todo por hacer en el plan sanitario. Como prueba, ninguna red local equivalente ha llegado a traer su metodología para distribuir a gran escala los productos españoles. Curiosamente, los distribuidores franceses brillan por su ausencia.

¿Dónde se encuentra ubicada la sede de Cap Vital Santé España?

Régis Naulin tenía un único deseo en el momento de implantar una sede aquí: ser tan español como los españoles mismos, fundirse en su mentalidad. Es de esta forma que decide crear una sociedad totalmente es-



CAP VITAL SANTÉ es una red de distribución de material médico y ortopédico que lidera el mercado francés y que actualmente inicia su expansión en nuestro país

pañola, contratar personal de la zona y referenciar sólo fabricantes del país.

Sin embargo, la elección de la ubicación de la Central fue más problemática. Era necesaria una zona neutra, en pleno crecimiento económico: Valencia se impone como una evidencia. La elección de esta región reposa en los va-

lores de identidad intrínsecos de esta provincia atípica, al borde del Mediterráneo, juiciosamente bien situada en el corazón de la península Ibérica desde el punto de vista de la mentalidad, y que servirá de trampolín idóneo a la penetración de la red, con el fin de que se funda lo mejor posible en la cultura española. ►►

► ¿De qué departamentos constan las oficinas?

Autónoma al 100 %, la Central tiene una vocación administrativa y comercial, siguiendo los pasos de la compañía francesa. Se ha llevado a cabo la elección de los proveedores, así como los productos; en breve nuestro catálogo verá la luz.

La Central tiene como función la de reclutar nuevos asociados (ortopedias), aportándoles toda la metodología y experiencia necesarias para optimizar el desarrollo de una empresa de material ortopédico, tanto en los productos, las innovaciones tecnológicas, como en la gestión financiera y contable de la empresa, la toma de decisiones estratégicas y la comunicación. En efecto, la Central propone a sus asociados verdaderos soportes de comunicación personalizados, así como una política de identificación interior y exterior de los puntos de venta.

¿Cuáles son las bases en que se sustenta la filosofía de la empresa?

En primer lugar se trata de una empresa totalmente española, que se apoya en el saber-hacer y experiencia franceses. Esta firma evoca la voluntad de federar el conjunto de profesionales de una misma corporación (los distribuidores de material médico y ortopédico), preocupada por instigar con originalidad sus actividades las cuales conocen un desarrollo considerable.



El equipo comercial visita regularmente cada uno de los puntos de venta de la red para optimizar su crecimiento

**“SOMOS UNA EMPRESA ESPAÑOLA
QUE SE APOYA EN EL SABER-HACER
Y EXPERIENCIA FRANCESES”**

¿De qué forma la compañía se implica en la formación de sus profesionales?

Cap Vital Santé lleva a cabo una vigilancia tecnológica extremadamente precisa de los productos distribuidos a través su red. Los resultados de esta acción se transmiten a continuación a sus miembros mediante reuniones regionales, coloquios de trabajo, formaciones organizadas por los proveedores, y convenciones nacionales.

Por otra parte, un diario interno actúa como “eco” de todas las innovaciones, así

como de la evolución del mercado.

El equipo comercial visita regularmente cada uno de los puntos de venta miembros de la red, con el fin de detectar y diagnosticar escrupulosamente las herramientas idóneas de trabajo, aconsejarles (colocación de los productos, gestión del personal, gestión contable, etc.) con el objetivo de optimizar el crecimiento de estas tiendas.

No es sólo el conocimiento sobre los productos que Cap Vital Santé aporta a sus asociados, sino que se hace cargo de ellos globalmente, acompañándose de unos medios de comunicación y marketing muy eficientes y personalizados. Es esta fórmula la que ha triunfado en

Francia, propulsando la red, en menos de 14 años de existencia, a la situación de líder en número de puntos de venta.

¿En qué consiste la actividad empresarial de Cap Vital Santé? ¿A qué target va dirigida su oferta de productos/servicios?

Funcionando como Central de referencia, cuya misión principal es negociar con los proveedores referenciados que trabajan en este ámbito de competencias, Cap Vital Santé negocia tarifas preferentes, así como condiciones particulares de pago y suministro, en interés de los miembros.

Los puntos de venta se benefician así de las mejores prestaciones de servicios, de los precios más competitivos en términos de relación calidad/precio, y por fin de plazos de entrega apreciables en sus distintas actividades.

La Red representa en su concepción mucho más que una simple central de compras.

No solamente sus miembros se aprovechan plenamente de numerosas ventajas, sino que sus distintos objetivos (seniors, personas hospitalizadas o atendidas a domicilio, personas en situación de discapacidad, profesionales de la salud, colectivos) se benefician de la calidad en la atención al cliente, añadida a los servicios y prestaciones de proximidad.

“DE AQUÍ AL 2008, CAP VITAL SANTÉ ESPAÑA PREVÉ EL DESARROLLO RÁPIDO DE UNA MALLA EFICAZ Y COMPETITIVA, ARTICULADA EN TORNO A UNA CINCUENTENA DE PUNTOS DE VENTA, QUE CUBRIRÁN EL CONJUNTO DEL TERRITORIO”

¿Dónde está previsto ubicar sus primeros puntos de venta en España? ¿Qué criterios tienen pensado seguir a la hora de crear su red de distribución en el país?

Cap Vital Santé va a federar las Ortopedias, ya que estas empresas son los únicos y verdaderos profesionales habilitados para distribuir material ortopédico.

Para la dirección del Grupo, esta noción de profesionalismo es el único valor tenido en cuenta para el desarrollo de la Red.

Vamos a empezar contactando con los gerentes ortopédicos de manera concéntrica alrededor de Valencia, lo que no nos impedirá encontrarnos con los profesionales de cualquier parte de España si estos últimos nos contactan. Cada miembro tendrá asignada en su contrato una zona de influencia exclusiva bien precisa, sobre la cual, la Red no podrá introducir otro punto de venta.

Teniendo en cuenta la experiencia de la empresa en el mercado francés, ¿qué perspectivas tienen

para su negocio en nuestro país? ¿Qué diferencias existen entre ambos mercados?

De aquí al 2008, Cap Vital Santé prevé el desarrollo rápido de una malla eficaz y competitiva, articulada en torno a una cincuentena de puntos de venta, que cubrirán el conjunto del territorio.

En relación a las diferencias entre los mercados español y francés destacar que el “Papy Boom” tiene aproximadamente un año de desfase, el sistema de reembolso de los productos se regionaliza mientras que en Francia se centraliza, y por fin, aquí, los vendedores de material ortopédico son, sobre todo, profesionales de la ortopedia, contrariamente a los franceses.

¿Qué tipo de material médico y concretamente ortopédico distribuirá Cap Vital Santé ESPAÑA? ¿Cómo han sido los primeros contactos con fabricantes ortopédicos españoles para asociarse a su red?

Desde su creación, la Red, apuesta por los productos más innovadores que facilitan una mayor independencia y movilidad; el tratamiento y prevención de escaras; o los utilizados para la nutrición/perfusión; etc.

Entre los grandes sectores de comercialización, destacamos la venta de material que favorece la ayuda a domicilio (sillas de ruedas, an-



La sede de CAP VITAL SANTÉ España se encuentra ubicada en el seno de la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia.

dadores, camas, etc.) o la hospitalización en casa; productos de movilidad y ayuda a la marcha; incontinencia, y ortésis (contención venosa, corsets, etc.).

Convertirse en el número Uno implica tener una estrecha colaboración con los principales fabricantes de este mercado, quienes se reconocen ciertamente interesados por el concepto Cap Vital Santé presentado.

En cuanto a la respuesta de los profesionales del sector, el futuro no podría presentarse más optimista: la aceptación inmediata por el mercado español garantiza, a corto plazo, el éxito, no sólo de la compañía, sino también de todas las empresas colaboradoras y todos los profesionales que, ambiciosos, han querido coger las riendas de su éxito profesional.

¿Qué garantías de calidad tiene la firma?

Actualmente la red francesa es la primera en obtener, con

la mayor parte de sus asociados, la certificación AFAQ Iso 9001 version 2000. De aquí a tres años, estimamos que la red entera contará con esta certificación. Por consiguiente, la red se ve obligada a trabajar con proveedores que dispongan igualmente de este valor añadido.

La Central española no faltará al compromiso con la calidad frente a sus proveedores, y en breve, iniciará los trámites necesarios para conseguir la certificación.

¿A qué competencia se enfrentan como red de distribución de material ortopédico en España?

La distribución de material médico y ortopédico se ve cubierta por distintos agentes del mercado: los farmacéuticos; empresas de servicios; vendedores por correspondencia (o Internet), a menudo utilizados por los profesionales de la salud; asociaciones; los visitantes médicos, y empresarios ortopédicos.

Como empresa de Servicios, Cap Vital Santé es precisamente la segunda Red implantada en España.

¿Qué perspectivas de crecimiento tienen para el ejercicio de 2007?

Frente a esta situación competitiva, Cap Vital Santé elige voluntariamente jugar la carta de la distribución geográficamente fuerte, pero comercialmente estructurada. Hoy por hoy, la red se implantará en todo el territorio nacional.

Son muchas las perspectivas de desarrollo. El mercado de la distribución de material ortopédico está en constante evolución. La aparición de nuevos « saber-hacer » así como la presencia de las últimas tecnologías en el propio domicilio, como nutrición/perfusión, requieren nuevas exigencias.

El futuro es tranquilo, las salidas ciertas.

Más información en: www.capvitalsante.com.