

PEDRO LUIS COBIELLA, presidente del grupo HOSPITEN

“Latinoamérica es un mercado clave para nosotros”

El grupo HOSPITEN es una red hospitalaria de carácter internacional. Dispone de más de 1.000 camas y atiende anualmente a 500.000 pacientes. Hasta el momento cuenta con doce centros en España, República Dominicana y México. Pero su filosofía de hospitales en primera línea de playa cada vez tiene más aceptación entre los europeos

Pedro Luis Cobiella Suárez, nació el 29 de diciembre de 1936 en La Orotava (Tenerife). Es padre de 3 hijos y un polifacético hombre de negocios, que ha aunado en su carrera profesional dos campos por los que siente una especial pasión: la medicina y el turismo. Desde pequeño y por influencia de su padre, el Dr. Celestino Cobiella, sintió la necesidad de ser útil a la sociedad, además, creció compartiendo con sus padres el deseo de construir un hospital.

Médico de profesión, especialista en Ginecología, es presidente del grupo HOSPITEN, una de las compañías hospitalarias privadas españolas más grandes del sector sanitario.

Desde los orígenes del grupo, la familia Cobiella, fundadora del mismo, ha sido consciente del importante vínculo existente entre la salud y el turismo en las Islas Canarias. El proceso de internacionalización de la compañía, impulsado por Pedro Luis Cobiella, ha extendido estas inquietudes a los destinos turísticos más importantes del mundo.

SALUD Y TURISMO

La familia Cobiella es consciente del vínculo que existe entre salud y turismo tanto en las Islas Canarias como en los destinos turísticos internacionales más importantes.

Como reconocimiento a este desempeño, ha sido galardonado con importantes distinciones entre las que se encuentran el Premio Arturo J. Escuder Croft a la trayectoria empresarial, concedido por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife (2003), el Premio al Mejor Empresario de Canarias, concedido por Actualidad Económica (2003), la Medalla de Oro del Centro de Iniciativas y Turismo del Puerto de La Cruz (2004), el Premio Intereconomía, Madrid (2005) y el Premio Teide de Oro 2005, concedido por Radio Club Tenerife.

SAVIA: Han pasado muchos años desde que su familia fundó Hospiten en 1969. En estas tres décadas se han convertido en una de las primeras redes sanitarias privadas de España, con más de 2.800 trabajadores y 500.000 pacientes. Incluso les han denominado los mejores empresarios de Canarias. ¿Cuál ha sido la clave del éxito para llegar hasta aquí?

Pedro Luis Cobiella: Sin duda el trabajo y la firme convicción en nuestra filosofía empresarial, que des-



FOTOS: LAGO DIGITAL

de un principio se basó en el compromiso con la prestación de un servicio de atención sanitaria de primer nivel. Esto nos ha llevado siempre a apostar decididamente por la tecnología, la investigación y la formación de todos nuestros profesionales con el único objetivo de que nuestros clientes nos confíen su salud.

SAVIA: ¿De dónde surgió la idea de apostar por la sanidad y el sector turístico a la vez?

P. L. C.: El origen de HOSPITEN empieza con mi padre, Celestino Cobiella, y yo mismo. Él era médico general de una ciudad como el Puerto de la Cruz, en Tenerife, que acabaría convirtiéndose en un destino turístico pionero, con la consiguiente necesidad de contar con un gran hospital. No-sotros, junto a un equipo de médicos de la zona, decidimos apostar por el primer hospital de HOSPITEN en dicha ciudad, bajo el nombre de Hospiten Bellevue.

SAVIA: ¿Cuáles son los retos y objetivos del Grupo a medio plazo? ¿Cómo esperan alcanzarlos?

CONSOLIDAR PROYECTOS

Los principales objetivos de HOSPITEN pasan por la consolidación de los centros que han abierto en el Caribe y en Andalucía y Canarias.

P. L. C.: Ahora mismo nuestra principal meta es consolidar los últimos proyectos que hemos puesto en marcha. Hay que tener en cuenta que en el último año hemos llevado a cabo la apertura de tres nuevos hospitales: HOSPITEN Estepona en la Costa del Sol (Andalucía), HOSPITEN CLÍNICA ROCA Puerto Rico, situado en el sur de Gran Canaria, y HOSPITEN Riviera Maya, en el Caribe mexicano. Con estos tres nuevos centros, el Grupo HOSPITEN pasa a estar compuesto por 12 hospitales, completándose de esta manera una ambiciosa etapa de nuestro plan de expansión.

SAVIA: Por ahora su presencia en la Península se reduce a Estepona. ¿Tienen intención de desembarcar en otras regiones?

P. L. C.: HOSPITEN Estepona es, efectivamente, nuestro primer y único centro en la Península y si bien actualmente no tenemos planeado efectuar más aperturas en el resto del territorio nacional, no lo descartamos en un futuro. ➔

➤ **SAVIA:** ¿Hay alguna diferencia entre la gestión de su red en Canarias y la que tiene en el extranjero o la Península?

P. L. C.: En absoluto. En primer lugar, quiero mencionar que para gestionar un grupo hospitalario como el nuestro que está formado por doce centros hospitalarios, ha sido necesario crear una estructura organizativa dividida en seis áreas corporativas, bajo las cuales se encuentran centralizados la mayor parte de los departamentos de la compañía y de las que dependen todos los centros: Dirección de Control de Gestión y Sistemas de Información; Dirección Financiera; Dirección de Obras, Proyectos y Compras; Dirección de Operaciones; Dirección Comercial, Marketing y Comunicación; y Dirección de Recursos Humanos.

Por lo demás, todos nuestros centros guardan la misma estructura organizativa independientemente del país donde se encuentren.

SAVIA: Acaban de abrir hace poco un hospital en Riviera Maya, en el que han invertido 12 millones. Este nuevo hospital se une a otro que ya tenían en México y República Dominicana. ¿Se esperan nuevas aperturas en Latinoamérica?

P. L. C.: Latinoamérica supuso la internacionalización de la compañía, convirtiéndose en un mercado clave para nosotros. Actualmente sí que estamos estudiando la posibilidad de nuevas aperturas en el mismo.

SAVIA: ¿Apuesta por otros negocios del turismo sanitario como los balnearios?

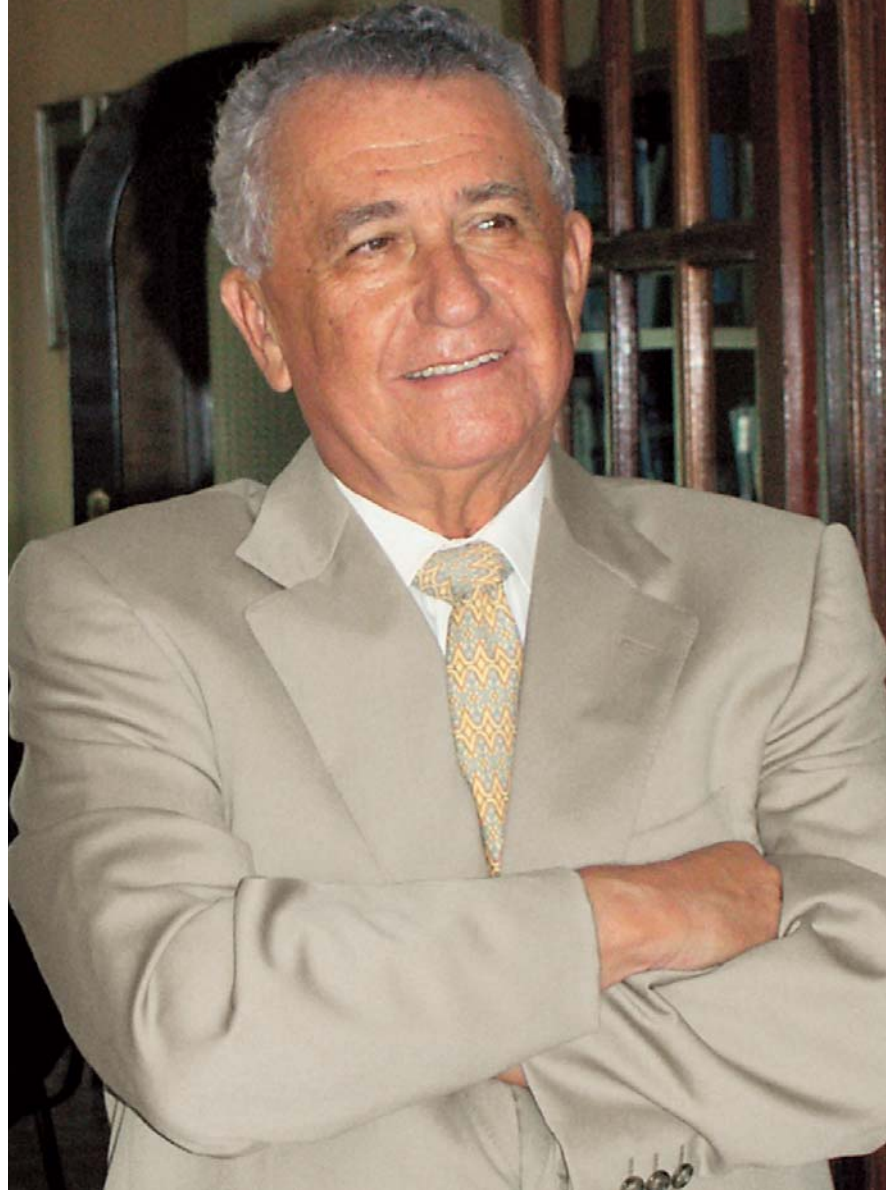
P. L. C.: Nuestro modelo de negocio está muy bien delimitado y hemos conseguido un alto grado de especialización en el mismo, por lo que no consideramos que fórmulas de negocio alternativas, como la de los balnearios, puedan resultar de nuestro interés.

SAVIA: De la mano de Mercapital triplicaron su facturación. ¿Cómo valoran esta relación?

P. L. C.: La relación fue muy buena. Se trató de una etapa en donde ambas partes aprendimos mucho. A pesar de que ahora ya no tenemos vinculación, la relación sigue siendo excelente.

SAVIA: ¿A que se debió la decisión de recuperar el 35% de la compañía que estaba en manos de Mercapital?

P. L. C.: Cuando el contrato que manteníamos con Mercapital llegó a su fin, estimamos que lo mejor pa-



LAS LÍNEAS ORGANIZATIVAS

Todos los centros hospitalarios de HOSPITEN mantienen la misma estructura organizativa independientemente del país en el que se encuentren.

ra la compañía era que procediésemos a recuperar dicha parte, por lo que decidimos recomprar.

SAVIA: ¿En qué ha cambiado la gestión de la compañía ahora que vuelve a estar controlada sólo por la familia respecto a cuando estaba una firma de capital riesgo como Mercapital con sus características particulares?

P. L. C.: No ha cambiado absolutamente en nada. Nuestro modelo de gestión sigue siendo exactamente el mismo que cuando estaba Mercapital en nuestro accionariado.

SAVIA: ¿Se ha notado la avalancha de turistas europeos que aprovechan las vacaciones en España para recibir tratamientos médicos tal como denuncian las autoridades sanitarias de muchas comunidades autónomas?

P. L. C.: Si bien es verdad que los hospitales públicos sí que lo han notado, nosotros no nos hemos encontrado con esa situación.

SAVIA: ¿Se nota en la marcha de vuestros hospitales el cada vez mayor número de turistas españoles que pasan sus vacaciones en el Caribe?

P. L. C.: El Caribe y concretamente aquellos destinos donde estamos presentes como son Punta Cana, en la República Dominicana, o Cancún y Riviera Maya, en el Caribe mexicano, son de los más

Riviera Maya, México y República Dominicana se convierten en mercados claves para HOSPITEN



Evolución de la actividad asistencial 1997-2005

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Ingresos	20.609	23.368	27.429	29.817	37.530	37.893	38.485	39.464	40.152
Altas	20.618	23.331	27.218	29.711	37.492	37.848	38.470	39.450	40.139
Estancias	137.641	161.886	181.554	178.335	204.396	199.434	192.976	205.463	217.956
Urgencias	77.956	92.294	109.403	117.588	149.865	167.813	169.016	178.381	196.125
Interv. Quirúrgicas	10.237	11.650	15.001	17.177	22.381	18.249	19.334	21.091	20.856
Partos	1.330	1.376	1.632	1.849	2.197	2.163	2.053	2.001	1.972
Est. Radiográficos	65.274	72.186	87.845	113.313	132.720	143.735	138.763	164.061	179.863
Ecografías	8.275	15.080	17.333	19.599	29.215	33.875	39.488	55.500	63.836
Scanner	3.785	5.348	6.479	8.435	11.404	12.073	11.360	13.550	16.472
Reson. Magnéticas	8.346	10.046	11.814	17.120	18.752	23.943	21.263	22.877	23.152
Sesiones de Diálisis	20.756	20.424	23.720	23.632	25.005	26.000	27.197	28.821	30.473
Análisis Clínicos	434.649	577.067	740.518	806.706	1.065.129	1.465.698	1.420.494	1.473.858	1.679.382

demandados actualmente por el mercado español y ello, efectivamente, repercute en un aumento de pacientes españoles. Además, para la inmensa mayoría de ellos, el hecho de verse envueltos en un percance médico y poder ser atendidos por una empresa española tan lejos de casa, les reporta más seguridad y tranquilidad.

SAVIA: ¿Por ahora sólo van a seguir apostando por centros hospitalarios de “sol y playa”?

P. L. C.: No, además ese es un concepto erróneo. Durante nuestra trayectoria hemos tenido muchísima más asistencia de la población local que de los propios turistas.

SAVIA: ¿Cómo ve el momento actual del sector turístico? El modelo de “sol y playa” está agotado tal como dicen muchos?

P. L. C.: No creo que dicho modelo esté agotado pero sí que estoy convencido de que necesita de una reinversión que nos permita seguir siendo competitivos, si bien tampoco hay que obviar que actualmente también existen otros modelos diferentes.

SAVIA: ¿Considera que para la consolidación de un destino turístico es tan importante contar con una buena infraestructura turística (hoteles, aeropuertos, etc) como de servicios, entre ellos el sanitario? ¿Es esta la principal ventaja competitiva de España respecto a otros destinos rivales en el Mediterráneo como Egipto, Túnez o Croacia?

P. L. C.: Indudablemente. Uno de los principales parámetros por el cual se mide la calidad de un destino turístico es que cuente con la infraestructura sanitaria necesaria para dar una cobertura médica de garantía a todos sus visitantes, es decir, que tenga seguridad sanitaria, que con la seguridad jurídica y ciudadana son los tres pilares en los que se basa el desarrollo de un destino turístico. En este sentido, me gusta pensar que nosotros hemos contribuido notablemente en este aspecto en determinados destinos como pueden ser el Norte y el Sur de Tenerife, Bávaro, Cancún o Riviera Maya. ■

