

Capítulo 16

CERTEST BIOTEC

Certest Biotec es una empresa de biotecnología dedicada al desarrollo y fabricación de productos de diagnóstico in vitro con aplicaciones humanas, veterinarias y agroalimentarias.

Ofrece sus productos en Colombia desde 2011 a través de distribuidores locales.

Colombia, un mercado abierto y en crecimiento

Por **Nelson Fernández**

Managing Director de Certest Biotec

Certest Biotec es una empresa de biotecnología, dedicada al desarrollo y fabricación de productos de diagnóstico in vitro con aplicaciones humanas, veterinarias y agroalimentarias. Diagnóstico no instrumental que permite la detección de enfermedades sin necesidad de instalaciones o equipos de ensayo.

Certest Biotec se fundó en Zaragoza en 2002 como empresa innovadora de base tecnológica. La empresa basa su crecimiento en el desarrollo de nuevos productos y en la exploración de nuevos nichos de futuro. La clave de su éxito radica en la forma de entender su organización: capital humano altamente cualificado y orientado al servicio del cliente. Actualmente exporta a más de 120 países en los cinco continentes.

Nuestros productos se venden a profesionales de la salud, con enfoque en laboratorios médicos y en los mercados de cuidados intensivos, lo que permite el movimiento de las pruebas del paciente fuera del laboratorio central a la consulta del médico, a urgencias y a cualquier otro lugar donde las pruebas y el diagnóstico rápido tienen una repercusión en los resultados clínicos, proporcionando beneficios económicos.

La política de introducción de Certest en nuevos mercados se basa fundamentalmente en la búsqueda de un distribuidor en exclusiva para cada país, no contando con una fuerza de ventas propia. Esto acarrea una serie de beneficios, como menor inversión y costes fijos, aprovechar el conocimiento del mercado y de la Administración Local por parte del distribuidor. Pero también una serie de inconvenientes, siendo el más relevan-

te la falta de control comercial efectivo y de valoración del desempeño. Así mismo, el éxito de la introducción está muy condicionado a la elección del distribuidor correcto.

Las exportaciones a Sudamérica de Certest se remontan a sus primeros años, realizándose las primeras exportaciones a Ecuador y Uruguay en 2005. En 2011 comenzamos la exportación a Colombia. Con anterioridad se realizaron distintas misiones comerciales con el fin de concretar acuerdos con distribuidores de productos similares, evaluar la idoneidad de los candidatos y conocer a grandes rasgos la configuración del mercado y qué *stakeholders* tienen papeles en el mismo.

El crecimiento económico, la mejora del nivel de vida, el aumento del gasto en salud, el tamaño y el crecimiento del mercado son los principales motivos de introducción en Colombia. Aunque son características comunes a la mayor parte de los países emergentes y en la mayor parte de Sudamérica, en Colombia se dan también otros aspectos favorables para el desarrollo del negocio, como son la progresiva apertura económica del país, un sistema de aduanas competente y que no dilata los trámites en exceso y el reconocimiento del prestigio de nuestra empresa y productos por el cliente colombiano.

Actualmente, y debido a motivos coyunturales, estamos trabajando en Colombia con dos distribuidores autorizados. Básicamente mantenemos una exportación regular con volúmenes bajos. Dentro de nuestras labores de control y apoyo, viajamos, al menos, anualmente para perfilar la estrategia comercial, presentar nuevos productos, colaborar en ferias y congresos y apoyo comercial a los clientes objetivo marcados por el distribuidor.

Desde el punto de vista interno de Certest, la primera dificultad en el acceso al mercado colombiano fue la selección de un distribuidor adecuado. En muchos países, el realizar esta fórmula es impuesta por el mercado o incluso de manera directa por la Administración, siendo condición necesaria para que los productos opten a las licitaciones. En el caso concreto de Colombia no es necesario, tanto la distribución como la titularidad de los registros sanitarios de los productos pueden recaer sobre distintos distribuidores. Lo cual no resta importancia a la elección adecuada del distribuidor.

Otra dificultad relevante, o más bien amenaza, motivada también por la apertura del mercado colombiano y el crecimiento general de la economía, es la presencia de fuertes competidores en el mercado colombiano.

En lo que se refiere específicamente a los productos que comercializamos, existe resistencia de grupos de influencia al uso de los mismos. Ya que hay colectivos que recurren a ensayos y pruebas alternativas con las que consiguen mayores beneficios, aun cuando los resultados obtenidos y el valor para el paciente son igual de válidos. Aunque este problema no es endémico de Colombia y se observa globalmente.

Así mismo, dadas las características de nuestros productos, la orografía y el estado de las infraestructuras en Colombia dificultan la distribución de los productos.

En cualquier caso, dado el dinamismo del país y el desarrollo previsto en el sector de la salud, nuestra intención es intensificar las políticas de promoción y apoyo con el fin de aumentar nuestra cuota de mercado en Colombia.