

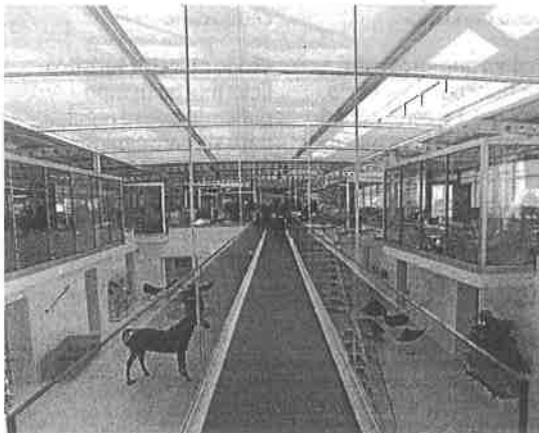
# Más de 200 cirujanos de 80 hospitales recibieron formación en MBA Institute

La entidad, que tiene dos patentes y dos proyectos financiados por la UE, mantiene su centro de operaciones en Gijón pese a su carácter internacional

**:: PABLO SUÁREZ**

**GIJÓN.** Más de 200 cirujanos se han implicado directamente en actividades del MBA Institute y más de 80 hospitales han colaborado en alguna de las iniciativas. Siete publicaciones en revistas médicas, dos patentes y la participación en dos proyectos con financiación de la Unión Europea sirven también para describir el potencial de esta plataforma.

Todo ello redondeado con el premio SECOT en 2010, broche a una idea que refleja a la perfección la fórmula que ha permitido a MBA convertirse en una referencia en su sector. Trabajo, imaginación y una fe ciega en la investigación y las nuevas ideas con los pies en el suelo, concretamente en el gijonés.



Oficinas de MBA en los reformados Silos del Intra. :: PALOMA UCHA

MBA nació en Gijón hace treinta años sin ninguna pretensión más allá de hacerse un hueco en el sector de distribución de tecnología médico-quirúrgica. Tres décadas después, la compañía, una multinacio-

nal que pese a su crecimiento mantiene su centro de operaciones en Gijón, compete en España de tú a tú con mastodontes globales del sector como Johnson & Johnson. Lo hace, eso sí, con muchos menos re-

ursos que la competencia. Una diferencia que tratan de paliar a través de la imaginación y la promoción de iniciativas que alimenten la rueda de la innovación y les permitan seguir en la brecha.

**Fábrica de ideas**

Uno de esos proyectos es el MBA Institute, área en el que se agrupan dos pilares fundamentales para explicar el vanguardismo de la empresa. Por un lado está lo que desde la compañía definen como «una especie de fábrica de ideas». Tutorías a jóvenes profesionales, creación de aplicaciones móviles para que los pacientes participen de forma activa en sus procesos de rehabilitación o cursos dirigidos a que los cirujanos se adapten a las nuevas exigencias de un mercado en constante actualización conforman un primer bloque formativo en el que todas las iniciativas, por revolucionarias que parezcan, tienen cabida.

Al otro lado está la parte de investigación como tal, basado en la creación de grupos de estudio abiertos a profesionales y en la que también

se brinda el soporte necesario para desarrollar cualquier fase del estudio. «Los cirujanos tienen que investigar. Les guste o no, y pese a que su función propiamente dicha es la del diagnóstico, es necesario para su currículum que investiguen», señalan desde el Institute como punto de partida para definir una suerte de plataforma que viene a democratizar el ámbito de la investigación científica. «Un cirujano no tiene por qué saber de estadística. Es ahí donde entramos nosotros, ayudándoles con total garantía».

El MBA Institute cubre la práctica totalidad de etapas que los profesionales deben completar a la hora de realizar un trabajo de investigación. Definición del estudio, herramientas de recogida de datos, reclutamiento de pacientes, adecuación del formato, e incluso su publicación son algunos de los puntos en los que la compañía presta ayuda a profesionales. Se trata de etapas que en algunos casos sería muy complicado completar con unos índices de efectividad aceptables, en gran parte debido a las características de un sector, el de la investigación, generalmente regido por factores externos al propio estudio. «En la mayoría de centros este tipo de servicios se conciben como becas de tiempo limitado. Hay gente que, si no le diésemos este tipo de ayuda, no podría desarrollar sus investigaciones», explican desde la multinacional.

## «Los pacientes también precisan ser formados para su rehabilitación»

**Pablo Roza Responsable del MBA Institute**

«Muchas veces, los médicos tienen muy complicado acceder a una formación que, casi siempre, depende de las casas comerciales»

**:: P. SUÁREZ**

**GIJÓN.** A los mandos de este ambicioso proyecto está el gijonés Pablo Roza quien define el Institute, especialmente su bloque más formativo, como «un cajón de sastre» en el que se introducen todas las ideas que llegan a la empresa. A partir de ese cajón, Roza y su equipo han conseguido engrasar una ma-

quinaria de la que se nutre la práctica totalidad de la compañía y que ha convertido a la plataforma en la cabeza de lanza del principal factor al que deben su éxito: la innovación a través de lo inimaginable.

«¿Favorece Gijón este tipo de iniciativas?»

«Yo creo que sí. En los últimos años ha habido muchos programas de subvenciones y ayudas a la investigación. También tienen muchas iniciativas en el ámbito de la divulgación, con los chicos de la Universidad de Oviedo y demás. Son cosas que acercan la tecnología a la ciudadanía y que, a empresas como la nuestra, nos facilitan el contacto con la ciudad. Además, y especialmente desde que nos

trasladamos a este entorno tecnológico, nos facilita mucho la colaboración con otras empresas locales. Es un entorno muy dinámico.

«¿Cómo se gestiona tanta innovación en los últimos años?»

«Bueno, nosotros siempre hemos intentado que nuestros productos se diferenciaren por una calidad muy elevada. Hoy en día eso implica un trabajo muy grande por parte del departamento de marketing a la hora de buscar nuevas soluciones pero también a la hora de la formación. Es importante que los usuarios estén bien formados y que sean ellos los que demanden. Los médicos muchas veces tienen muy complicado acceder a una formación que, casi siempre, depende de las casas comerciales. De ahí que nosotros, desde el Institute, ofrece-



Pablo Roza. :: PALOMA UCHA

mos una formación para que los propios profesionales sean los que vayan pidiendo.

«¿Se estaba dejando de lado a los pacientes a la hora de compartir esa

información?»

«No lo creo. Si es cierto que, antes, en los hospitales cada médico informaba a sus pacientes cada uno a su manera, con mayor o menor éxito. Ahora lo que se impone es un cierto criterio de calidad y una metodología común. Se trata de empoderar al paciente para que este también forme parte de su rehabilitación. Los resultados muestran que esto acaba repercutiendo positivamente en la recuperación.»

«¿Qué momento vive la investigación en España?»

«Un buen momento. Nosotros, por ejemplo, estamos involucrados en dos proyectos con financiación de la Unión Europea. Es cierto que en los años de la crisis se detuvo un poco el sector, con un recorte de gastos importante y un gran control sobre los nuevos productos, que se percibían como más caros. Sin embargo en los últimos tiempos se ve más alegría. Se permite más la introducción de nueva tecnología. Se ha dado un espaldarazo a la innovación.»

**everest**  
tintorería - lavandería  
desde 1958

[www.everestgrupo.com](http://www.everestgrupo.com)

**LAVANDERÍA INDUSTRIAL**

C/ Isaac Peral 17, 33211 T.: 985 34 10 85. GIJÓN, POL. DE MORA GARAY

**TINTORERÍAS**

● C/ Avelino Gonzalez Mallada 40, 33204. T.: 985 13 39 39. GIJÓN. EL COTO

● Avenida Schulz 198, 33210 T.: 985 16 51 96. GIJÓN. EL LLANO

● C/ Dos de Mayo, 28. T.: 984 24 59 22. GIJÓN. EL NATAHOYO

● C/ Dr. Braulio Busto 1, 33430. T.: 985 87 10 82. CANDÁS

984 83 83 03 • 684 63 89 54



**ENTREGAMOS TUS PRENDAS HIGIENIZADAS, VAPORIZADAS Y EMBOLSADAS PARA GUARDAR EN TU CASA O EN NUESTRO GUARDARROPA GRATUITO DURANTE 4 MESES.**

**• Servicio gratuito a domicilio**

**Edredones**

**Alfombras**

**Vestidos de novia**

**Vestidos de comunión**

**Trajes**

**Abrigos**

**Barbours**

