

[Inicio](#)
[Quiénes somos](#)
[Objetivos](#)
[Archivo entrevistas](#)
[Archivo colaboraciones](#)
[Libros recomendados](#)
[Contactar](#)

Dr. Fernando Echevarne

Presidente de Laboratorio Echevarne y Barcelona Centre Mèdic

"Las empresas no son entes amorfos, las empresas son las personas"



Fernando Echevarne Florence, realizó los cursos de doctorado en Farmacia en la Universidad de Barcelona, y se especializó en Análisis Clínicos en el Departamento de Patología Digestiva y Endocrinología del Hospital de la Santa Creu i Sant Pau de la capital catalana. En este centro puso en marcha su primer laboratorio, en 1958. Amplió estudios en el Hormon Labor de Hamburgo y ha llevado la dirección técnica del laboratorio farmacéutico suizo Zyma Ibérica. Siempre al día de los últimos avances científicos, a partir de 1977, ha centrado su actividad en su propio Laboratorio, que ha ampliado a 44 centros repartidos por toda la geografía española, 14 de los cuales son laboratorios intrahospitalarios.

El equipo humano humano de Laboratorio Echevarne, con 800 profesionales y alrededor de 8.000 muestras procesadas diariamente, supone una complejidad empresarial muy considerable.

Los Laboratorios nacieron en 1958, o sea que llevamos ya 52 años de actividad. Yo empecé muy modestamente en el hospital de Sant Pau y luego llevé la jefatura del laboratorio de Oncología del Dr. Vilaclara. Nací en Barcelona por casualidad, mi padre era mecánico en Navarra y vino aquí porque le propusieron llevar un taller. Luego volví con mis padres a Navarra. Pero después la carrera de Farmacia la hice en Barcelona y desde entonces he vivido aquí y aquí he formado mi familia.

Pues sí, mi vertiente de empresario es parte fundamental de mi trayectoria. Ahora, mirando al futuro, estamos estudiando la posibilidad de montar un gran laboratorio central en Sant Cugat del Vallès, que bien podría ser la culminación de mi carrera empresarial y profesional.

Después de lo que nos acaba de avanzar, ¿podría ampliarnos su visión de la crisis actual?

Las épocas de crisis también son épocas de oportunidades. Lo que hay que hacer es recortar gastos superfluos y que la gente que trabaja en la empresa ponga todo su empeño. En cuanto a la crisis del paro, que es quizás la parte más dura de la misma, yo nunca he despedido a nadie, considero que es el propio empleado el que se despide. En épocas como la que estamos viviendo todo el mundo tiene que darse cuenta de que hemos de dar más de lo que tenemos.

Pero más que una crisis yo creo que estamos entrando en un cambio de cultura. A lo de antes ya no volveremos nunca. Hemos sobrevalorizado excesivamente todo, pisos, obras de arte, todo. Ahora nos damos cuenta de que la gente ha de trabajar duro y ha de ganarse lo que deba ganar. Y, por supuesto, el empresario tiene que crear puestos de trabajo, pero debe tener facilidades. Si el trabajador no funciona el empresario no ha de tener la obligación de mantenerlo en su puesto de trabajo.

En su sector además tenemos la eterna cuestión de la medicina pública versus medicina privada...

A mi entender la medicina no es ni pública ni privada. La medicina es medicina. Ahora bien, porque se divida en medicina pública y privada no pasa nada. Siempre que haya un feedback entre ambas. Pero es que además la mayoría de los profesionales trabajan por la mañana en la pública y por la tarde en la privada. Y también hay que decir que a veces la pública quiere competir con la privada, aunque no parece muy honesto que se utilicen recursos públicos para competir con el sector privado.

En Cataluña y otros lugares de España muchas personas acceden a la doble cobertura, porque la pública no les garantiza una asistencia suficiente y además así descargan al presupuesto público para que atienda mejor a los más necesitados. Nosotros cubrimos ampliamente este espectro de la población.

ARTICULOS RELACIONADOS

- Fomento de la colaboración empresarial franco-española - 02.01.12
- La corresponsabilidad ciudadana es fundamental para mejorar las tasas de reciclaje - 02.01.12
- La Formación Profesional y las necesidades reales de las empresas - 02.01.12
- Oportunidades para las empresas españolas en el área mediterránea - 29.11.11
- El sector sanitario como motor de recuperación económica - 27.11.11
- Marketing, anticipación e innovación en tiempos de crisis - 27.11.11
- Tecnología para ahorrar y mejorar la utilización del agua - 27.11.11

COLABORACIONES



Gonzalo Álvarez Maraño

- Medidas básicas de seguridad en Internet
- A nuestras presentaciones les sobra cabeza y les falta corazón



Juan Carrión

- La inteligencia y la idiotez organizativa
- La clave del cambio y la innovación: desaprender la empresa



Fernando Casado

Entrevista en exclusiva



Ángel Castiñeira

Confianza



Enrique Dans

Entrevista en exclusiva



Isidre Fainé

- Esfuerzo y excelencia, ingredientes esenciales para salir de la crisis
- El papel del directivo en el cambio de modelo productivo



Rafael Foguet Ambrós

Entrevista en exclusiva



Antonio Garrigues Walker

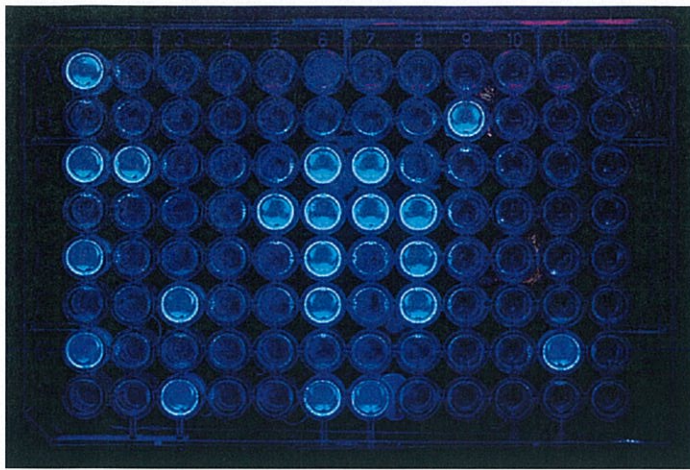
- Entrevista en exclusiva
- El liberalismo auténtico



Antonio González-Barros

Entrevista en exclusiva

Edward Hugh



Entrevista en exclusiva



Joan Majó

Nuestra situación real en Europa



Xavier Marcet

- Entrevista en exclusiva
- La gestión del talento



Alejandro Nieto

Acerca de los funcionarios



Pedro Nuño

- Predictores del éxito de la nueva empresa
- Consejos a jóvenes emprendedores: el plan de negocio



Eduard Punset

- Cómo tomamos las decisiones en tiempos de crisis
- Las lecciones de la crisis



Xavier Roig

Formación para el cambio



Javier Rovira

Lo esencial en dos palabras: la marca



Javier Ruiz

Los medios de comunicación



María Jesús Valdemoros

Apuesta por la flexibilidad

Hablemos de Barcelona Centre Mèdic, ¿cuál es su origen y sus objetivos?

En Barcelona siempre ha habido una gran tradición de prestigio médico. El Dr. Puigvert, la Clínica Planas, la saga Barraquer, para citar algunos ejemplos. En mis años de formación y en mis inicios profesionales recuerdo a grandes personalidades en el Hospital de Sant Pau.

Ahora estamos retomando el hilo de esta gran tradición. Nosotros lo que queremos es que cuando se hable de Barcelona no se hable solo de la Sagrada Familia, de La Pedrera o las piedras del Eixample. Lo que pretendemos es que, como en Houston o Cleveland, la gente diga: "hombre, aquí también hay unas clínicas importantes a nivel mundial". Por eso surgió BCM. Y también, claro está, para atraer clientes. Tenemos contactos en Rusia, Alemania, Estados Unidos. Pero no estamos hablando del mal llamado "turismo médico"; hay ciudades que gracias a esto facturan mucho, pero nosotros no nos dedicamos a esto. Queremos contribuir a aumentar la cuenta de resultados de nuestras clínicas, pero también difundir la labor y el prestigio de nuestros especialistas. En la actualidad estamos asociados 24 clínicas generalistas además de las monográficas o especializadas. Tanto privadas como algunas públicas, como el Instituto Gutman, el Hospital de Sant Pau o el Sant Joan de Déu.

Atendemos a enfermos de alto poder adquisitivo, pero también a capas medias de la población. Por ejemplo en EE. UU. la medicina es muy cara y en Barcelona les ofrecemos la misma calidad a un precio mucho mejor. Hoy en día con los vuelos *low-cost*, se pueden organizar viajes y estancias a precios muy competitivos. Es muy sencillo, llaman o consultan el precio en la página web y establecemos el contacto. A nosotros nos interesan los enfermos que vienen expresamente a Barcelona a operarse, no los que vienen por turismo.

¿Cómo se portan las Instituciones?

Ayudan en lo que pueden. Poco, porque no hay dinero. En su tiempo colaboraba Iberia, aunque ahora no. La Caixa ha tomado el relevo y con esto vamos tirando. Si pudiéramos hacer promociones a lo grande, como hacen Turquía o la India, sería sensacional. Hay que tener en cuenta que en estos países hay médicos de gran categoría, que han hecho sus estancias en Boston o en el Mount Sinaí, pero aquí ofrecemos además un entorno médico de gran calidad. Creo que Barcelona es una de las ciudades mejor preparadas desde el punto de vista médico y hospitalario.



Volvamos a la profesión y a su caso particular ¿Puede recordarnos algunas pautas o principios básicos de su proyecto empresarial?

Siempre el trabajo intenso ha sido nuestro principio básico. Trabajar, trabajar y trabajar. Entre las líneas centrales de nuestro ideario me gusta remarcar que "las empresas no son entes amorfos sino que las empresas son las personas". Y es que si el empresario no se rodea de personas que valgan la pena está condenado al fracaso. Y también me gusta remarcar que "somos lo que somos día a día, de modo

que la excelencia no es un acto sino un hábito". Y además: "Hay que pedir más a cada persona, porque es de justicia exigir y facilitar el rendimiento pleno de la capacidad individual".

¿Qué consejos daría a los profesionales y empresarios jóvenes que comienzan?

Que trabajen, trabajen y, cuando no sepan qué hacer, que trabajen. La formación es básica y nadie nace enseñado. Y entender que en el mundo de la empresa todo es susceptible de convertirse en negocio. Vender aire embotellado del Tibidabo puede ser negocio. Hay que saber ver qué funciona y saber resolver las necesidades que la sociedad tiene. Pero en el fondo todo está basado en el trabajo, yo he basado mi vida y mi profesión en el trabajo intenso y continuado. Eso es lo que sé hacer y lo que recomiendo.

Más información:

www.echevarne.com

www.bcm.es

Share

Me gusta

Tweet

0

LinkedIn

Francesc Ribera

 **BARCELONA CENTRE MÈDIC**



Copyright © 2011 inQUALITAS - **Aviso legal**