



## 74 CONTROL MARCAS 2009

La compra de hospitales y la construcción de otros nuevos, desde su creación en 1998, han hecho de USP Hospitales, en tan sólo once años, el primer grupo hospitalario independiente de España.

★ USP Hospitales

USP Hospitales fue fundada en 1998 por Gabriel Masfurloll y es actualmente el grupo hospitalario independiente líder en España. Tiene sede en Barcelona, oficinas en Madrid y 36 centros sanitarios repartidos en las principales ciudades españolas. Además, cuenta con presencia en Portugal, Marruecos y Angola. Las primeras clínicas españolas fueron, en 1998, el Instituto Universitario Dexeus (Barcelona), la Clínica Sagrado Corazón (Sevilla), la Clínica La Esperanza (Vitoria) y el Hospital Santa Teresa (La Coruña). Desde entonces, la red ha ido creciendo mediante adquisiciones y construcción de nuevos centros, como el Centro de Diagnóstico por la Imagen Juan XXIII (Madrid) en 2000. En 2003, el grupo potenció, gracias a la compra del Hospital de Marbella (Málaga), una de sus principales líneas de actividad, la que está centrada en el sector turístico hospitalario, que consiste en una oferta privada de servicios médicos de alta calidad para turistas y residentes extranjeros. Tras ganar diversos premios en los últimos años, uno de ellos para [www.usphospitales.com](http://www.usphospitales.com), USP Hospitales fue designado en 2008 servicio médico oficial del Comité Olímpico Español y de la Federación Española de Baloncesto. Su red privada, integrada y global de servicios asistenciales incluye hospitales, centros de cirugía de día,



centros de diagnóstico y policlínicas bajo el paraguas de una marca propia que ofrece una alternativa de servicios de salud de alta calidad, tecnología punta y rigurosa ética profesional. Con 3.600 profesionales y 2.500 médicos, atiende cada año a más de dos millones de pacientes y registra 180.000 estancias, 70.000 intervenciones quirúrgicas, 8.500 partos y 200.000 urgencias.

## Estrategia creativa

Esta joven compañía ha apostado desde sus inicios por un rápido crecimiento y, con ese fin, el grueso de los recursos disponibles se ha invertido en adquisición y gestión de su red hospitalaria.

23 centros sanitarios  
1150 médicos y 1800 profesionales  
Más de 1 millón de personas atendidas al año

Barcelona, La Coruña, Madrid, Marbella, Murcia, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla y Vitoria

USP Instituto Universitario Dexeus (Barcelona)  
USP Clínica Sagrado Corazón (Sevilla)  
USP Hospital Santa Teresa (La Coruña)  
USP Clínica La Esperanza (Vitoria)  
USP Hospital San Carlos (Madrid)  
USP Hospital San Juan (Murcia)  
USP Hospital de Marbella (Málaga)  
USP Hospital de Huelva (Huelva)  
USP Hospital de Toledo (Toledo) (España)

USP Centro de Cirugía Amniótica (Vitoria)  
USP Centro de Diagnóstico por la Imagen Juan XXIII (Madrid)  
USP Centro Murcia (Centro de Salud de la Región de Murcia)  
USP Hospital Oftalmológico Santa Teresa (La Coruña)

Acuerdos con los principales compañías aseguradoras del país.

★ USP Hospitales  
www.usphospitales.com  
Ruta Hospital 427 (S3, C-107)  
28030 Boadilla del Monte  
Tel.: 91 31 30 30



2009 MARCAS CONTROL 75

# Amplia

## red de sanidad privada

ria. Por este motivo, los gastos en publicidad se han destinado fundamentalmente a acciones *below the line*. Sin apenas presencia de publicidad directa, se ha conseguido posicionar la marca satisfactoriamente en el mercado español. Cada una de las inserciones que se hacen en prensa es analizada por el equipo de comunicación de la compañía y de cada uno de los hospitales, a partir del plan de medios presentado por la agencia Sogues Comunicación, que obedece a las necesidades del centro y de las especialidades y servicios, así como a las características de su público objetivo.

Además de proyectar una imagen de marca y difundir servicios y especialidades, los anuncios de USP Hospitales han tenido siempre el objetivo de transmitir su singularidad. Para ello, ha recurrido a una estrategia creativa alejada de los estándares del sector, caracterizado por una imagen y una publicidad muy asistencial (fachadas de sus hospitales, personal sanitario, actividades asistenciales...). USP Hospitales optó desde su primera gran campaña por un concepto intrínseco a su objeto pero apenas empleado en el lenguaje publicitario: la salud. Y buscó

aspectos de la vida cotidiana en los que la salud sale a colación. De ahí surgió la campaña "Cuando se piden tres deseos... la salud siempre es uno de ellos", primero con la imagen de un diente de león desmenuzando por el viento y posteriormente con la imagen de una niña que portaba una varita mágica en actitud de dar ese toque de magia...



No somos líderes por tener más hospitales.  
Lo somos por la **calidad** de todos  
nuestros servicios sanitarios.

United Surgical Partners  
Spain Members

Una vez posicionada como una compañía diferente en el sector, se comenzó a publicar la red de centros para reforzar el concepto de grupo. En otra fase, la publicidad se basó en el eslogan "Saber cuidar", en el que se inspiran todas las acciones de comunicación de la compañía: publicidad institucional, publicidad de especialidades, panel de centros, etcétera. Y el actual eslogan se está diseñando en torno a la idea: "La medicina del futuro: aquí y ahora".

Una campaña destacada fue la que acompañó a la construcción del nuevo hospital USP Instituto Universitario Dexeus, que se concibió como un elemento vivo que evolucionó a medida que lo hacía el edificio. En la primera fase (2003-2004), la campaña fue eminentemente inmobiliaria, ya

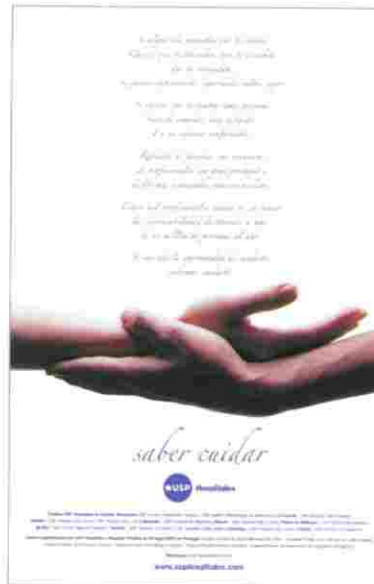


### 76 CONTROL MARCAS 2009

que el proyecto se encontraba en sus orígenes y todavía no tenía forma. La segunda fase (2004-2005) adquirió un cariz más asistencial, difundiendo ya la idea de "hospital del conocimiento", combinada con la excelencia del cuadro médico y las nuevas posibilidades que ofrecería el hospital. La tercera fase (2005-2006) combinó ese carácter asistencial con los elementos diferenciadores del nuevo edificio, que lo han convertido en el centro más avanzado tecnológicamente de España. Durante 2006 se insistió en que el paso unifica experiencia e innovación, y la campaña de 2007 se dedicó a informar del cambio de ubicación de la clínica.

#### Un equipo completo

El Grupo USP Hospitales trabaja con varias agencias, cada una con una especialización muy definida en su terreno. Inspira Publicidad se ocupa del diseño gráfico, y de su equipo han salido las campañas publicitarias convencionales, los folletos informativos externos, la publicidad multimedia y productos interactivos. Otro estudio de diseño gráfico, Cla-se, se ocupó de asesorar al grupo en todo el proceso de cambio de identidad corporativa y desarrolló la nueva imagen de marca. Alternativas de Prensa es la editora que ha rediseñado y edita la revista corporativa *Lalidos* de USP, que se ha afianzado como un producto divulgativo de contenidos de salud, dirigido a pacientes y usuarios. La consultora de comunicación Gavin Anderson lleva las relaciones con la prensa económica y



ayuda a implementar la estrategia de marca en el sector financiero. Para planificar la publicidad, Sogues Comunicación, bajo la dirección de Sofía Gutiérrez de Escofet, actúa como central de medios. Otros proveedores son Acceso, que realiza el seguimiento diario de las apariciones en prensa así como su cuantificación económica, y Horas Extraordinarias, que se ocupa de la memoria anual tanto del grupo como de cada uno de los hospitales.

#### Valores de marca

USP Hospitales es la suma de muchas marcas locales, con gran fuerza y de gran arraigo en sus comunidades, que se han fundido en una marca corporativa que actúa como paraguas. Se trata de una compañía joven que en tan sólo diez años ha creado una marca reconocida y con prestigio que actúa como sello de garantía tanto institucional como hospitalario y de servicio, lo que le ha valido premios como el de la escuela de negocios ESADE a la mejor marca corporativa.

Entre los valores a los que se asocia la marca USP Hospitales, destacan la innovación, con tecnología puntera en todas las especialidades médicas; su carácter de proyecto pionero en España; la actitud emprendedora para asumir retos de futuro; su vocación de internacionalización mediante alianzas estratégicas con grandes compañías como General Electric, Telefónica y General Lab; la calidad, gracias a un carácter autoexigente; y la humanidad, a través de USP Fundación Alex, un proyecto que aglutina toda la actividad social de la compañía.



**El Hospital del Conocimiento**  
El Hospital del Conocimiento es un centro de diagnóstico y tratamiento de referencia en el ámbito de la salud.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades agudas y crónicas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades raras.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades infecciosas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades oncológicas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades neurológicas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades reumáticas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades cardiovasculares.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades respiratorias.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades digestivas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades ginecológicas.  
- Diagnóstico y tratamiento de enfermedades pediátricas.

**14 de julio**  
**Nos trasladamos**  
A Los Corros  
Hospital Alex en San Vicente

