

MI-171

**QUERALTO.COM: OMNICALIDAD DIGITAL
EN ORTOPEDIA**

QUERALTO.COM: OMNICANALIDAD DIGITAL EN ORTOPEDIA

Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor José Luis García del Pueyo, de San Telmo Business School, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © agosto 2018, Fundación San Telmo. España.

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de Fundación San Telmo. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.

AGRADECIMIENTOS



Esta documentación ha sido redactada gracias al Consejo Asesor Centro Pymex

QUERALTO.COM: OMNICANALIDAD DIGITAL EN ORTOPEDIA¹

La empresa Queraltó había cumplido 120 años en 2018 y su ritmo de crecimiento había superado todas las expectativas de la propiedad. Atrás habían quedado los difíciles años de la crisis económica, cuando vieron amenazada su supervivencia. De hecho, gran parte de sus competidores habían tenido que cerrar como consecuencia de las restricciones presupuestarias en el sistema sanitario.

La situación era totalmente distinta. La empresa se encontraba financieramente saneada después del crecimiento que había experimentado durante los dos últimos años, a un ritmo de más del 40% anual, fundamentalmente debido a su *e-commerce*².

Queraltó había evolucionado de ser una empresa tradicional que vendía suministros hospitalarios por toda la geografía nacional y a través de tiendas de ortopedia que tenía en Andalucía, a ser una empresa que distribuía por Internet en España y en veintisiete países; era incluso referenciada por Amazon como modelo para potenciar su *marketplace*³ entre las pymes.

Reyes Queraltó⁴ —presidenta y única accionista del Grupo R. Queraltó S.A.— y Francisco Abad⁵ —director general— pensaban con satisfacción en los resultados logrados. Además, vislumbraban con ilusión varias alternativas en relación al futuro de la empresa. Su visión del negocio era *“hacer una empresa bonita, donde los jóvenes profesionales bien formados y preparados quieran trabajar en ella”*.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor José Luis García del Pueyo, de San Telmo Business School, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © agosto 2018, Fundación San Telmo. España.

² El comercio electrónico —también conocido como *e-commerce* (*electronic commerce*), negocios por Internet o negocios *online*— consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

³ Los mercados electrónicos o *marketplaces* son plataformas *online* creadas por una empresa que actúa como un tercero neutral para poner en contacto a compradores y vendedores.

⁴ Reyes Queraltó Hernández era Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla y E-MBA por el Instituto Internacional San Telmo, donde también había cursado el programa ADEL —Alta Dirección de Empresas Líderes.

⁵ Francisco Abad era Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad de Granada y E-MBA por el Instituto Internacional San Telmo, donde también había cursado el programa ADEL- Alta Dirección de Empresas Líderes-. En 2008 se incorporó a Grupo R. Queraltó, tras una carrera profesional por empresas del sector de obras públicas como CEMOSA o DETEA donde, hasta su marcha, era miembro del comité de dirección.