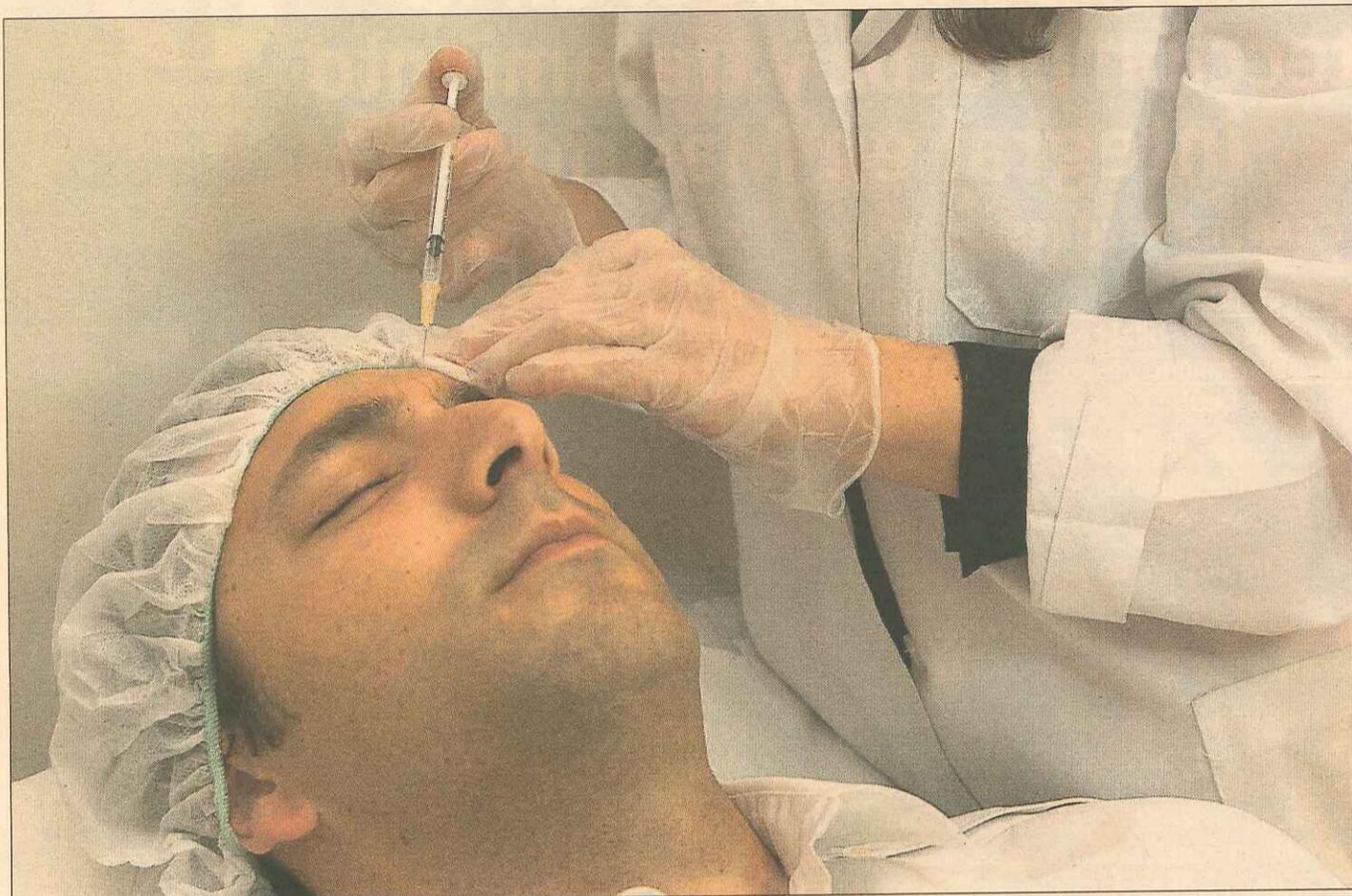


## TENDENCIAS

## ACTUALIDAD



Los hombres, cada vez más preocupados por su aspecto, se van animando con la cirugía estética.

## CIRUGÍA ESTÉTICA

# Estar más guapos no es sólo cosa de ellas

El colectivo masculino que entra en quirófano para una intervención estética supone entre el diez y el veinte por ciento de la clientela. Y cada vez hay más adeptos

**LAURA SÁNCHEZ**  
lsruiz@unidadeditorial.es

España ocupa el cuarto puesto mundial en número de intervenciones en cirugía estética, detrás de Estados Unidos, México y Argentina. Este negocio mueve 3.100 millones de euros anuales en nuestro país, según las conclusiones de Fibell 2008, el primer Congreso Médico Internacional de Estética Integral, celebrado recientemente en Bilbao.

Si bien las operaciones de cirugía estética siempre han estado relacionadas con las mujeres, cada vez hay más adeptos entre el colectivo masculino, que ya supone entre el diez y el veinte por ciento de la clientela. "Hasta los 35 años, ellos se decantan por las operaciones de orejas y nariz. A partir de los cuarenta, los tratamientos más demandados son los implantes de pelo, seguidos de la liposucción y la blefaroplastia, que consiste en la eliminación de bolsas de los ojos. Y, últimamente, están aumentando las operaciones de lifting de papada", afirman en Corporación Dermoestética, que cerró el pasado año con un incremento en su cifra de negocios de más de 150 millones de euros, lo que representa un 13,5% más respecto a 2006.

"El *antiaging* también es uno de los tratamientos más solicitados por los

## No hay que olvidar...

■ ...que las operaciones en este campo deben realizarlas los cirujanos plásticos. "Esta profesión consta de cinco años de especialidad. A las plazas de cirugía plástica sólo acceden los primeros de cada promoción MIR (Médico Interno Residente). No vale con un cursillo de fin de semana o con ver algunos vídeos sobre el tema", insiste Antonio Porcuna, presidente de la Sociedad Española de Cirugía Plástica, Reparadora y Estética (Secpre).

■ ...que antes de someterse a una operación, el cliente debe informarse de los precios o solicitar información a las asociaciones del sector. En este mercado, no hay que fiarse de las gangas.

hombres. Este es un novedoso sistema que evalúa, disminuye y previene el proceso de envejecimiento de las personas", explica Javier Planas, gerente de Clínica Planas, que facturó doce millones de euros en 2007.

### CAUTELA ANTE LA CRISIS

"Aunque hasta el momento la crisis económica no está afectando a la industria de la cirugía y medicina estética en términos generales, si esta situación conti-

núa y se produce una caída generalizada del consumo que reduzca las ventas, el mercado podría verse afectado", comentan en Corporación Dermoestética.

En opinión de Antonio Porcuna, presidente de la Sociedad Española de Cirugía Plástica, Reparadora y Estética (Secpre), "hay muchos pacientes que recurren a créditos bancarios para acometer sus operaciones, por lo que si estas entidades empiezan a reducir los préstamos, el sector se vería afectado. Aunque, por otra parte, esta industria acoge a mucha clientela que va a seguir acudiendo a estas clínicas, con o sin crisis".

No obstante, las últimas tecnologías y los avances médicos están contribuyendo a la creación de nuevos métodos en esta materia. "Los pacientes demandan tratamientos menos invasivos y con resultados evidentes pero, por encima de todo, naturales", explica Javier Moreno, director del Instituto Médico Láser, que el pasado año registró unas ventas de 14,5 millones de euros, casi un 17% más que en 2006.

En este sentido, el ácido hialurónico —que está presente de forma natural en el cuerpo— para el aumento de pecho, o las inyecciones grasas, son algunos de los avances en cirugía estética.

## Agentes proactivos que rediseñan la industria

### EXPANSIÓN

La mayoría de los esfuerzos comerciales de las compañías farmacéuticas se dirigen, hasta hace poco y casi de manera exclusiva, a la figura del médico como único agente prescriptor. Este modelo se está superando de un modo progresivo, pues cada vez son más importantes los pacientes, todo el personal sanitario y los propios sistemas de salud.

Pese a ello, la industria no está siendo aún plenamente consciente o no está actuando en consecuencia, aunque las firmas que están reaccionando con mayor premura a estos cambios están ejerciendo un mayor control sobre la distribución de sus productos y servicios. Así se desprende de un estudio sectorial que realiza anualmente Capgemini.

Carlos García Ruiz, director del sector farmacéutico de esta consultora, va un paso más allá e indica que el modelo "está obsoleto y que la industria debe mejorar en cuestiones como la aproximación al cliente, para lo que habrá que vencer la habitual resistencia al cambio". En este sentido, las compañías farmacéuticas podrían tomar buena nota de las novedades acontecidas recientemente en otros sectores como el de la automoción, las aerolíneas, a las energéticas, apunta el directivo.

El 63% de los encuestados en este estudio señalan que uno de los aspectos más importantes que tienen que desarrollar los laboratorios farmacéuticos para responder a los retos del mercado es, efectivamente, la adaptación organizativa.

También existen factores como precios y políticas reguladoras que están generando cambios en la industria y que están fuera de su control directo.

### Las políticas reguladoras son factores de cambio sobre los que la industria no tiene un control directo

En la lista de tareas pendientes para lograr esta adaptación a las nuevas circunstancias se encuentra la necesidad de mejorar la capacidad de análisis, de realizar una mejor segmentación de los mercados y hacer una evaluación de las necesidades de los clientes más adecuada.

El director del sector farmacéutico en Capgemini indica que ninguno de estos aspectos es nuevo "y, menos aún, ajeno a un ámbito como el farmacéutico, pero se trata de coordinar los esfuerzos y de que éstos trasciendan las puertas de las compañías para que sea algo corporativo y global". García señala que estos cambios no sólo requieren la utilización de herramientas tecnológicas o el desarrollo de nuevas competencias dentro de la compañía, sino un cambio verdadero de mentalidad.