



COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE CIRUGÍAS ESTÉTICAS EN
COLOMBIA

JENNIFER ARIAS QUINTERO

LIZETH JOHANNA QUINTERO GRISALES

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CALI, COLOMBIA
2014

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE CIRUGÍAS ESTÉTICAS EN
COLOMBIA

JENNIFER ARIAS QUINTERO

LIZETH JOHANNA QUINTERO GRISALES

PROYECTO DE GRADO

ORIETHA EVA RODRÍGUEZ VICTORIA

PH.D CANDIDATE (ABD)

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CALI, COLOMBIA

2014

ÍNDICE

RESUMEN	5
ANTECEDENTES DE LA CIRUGÍA PLÁSTICA	6
JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	10
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	11
DELIMITACIÓN	12
OBJETIVOS	13
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVO ESPECÍFICO	13
MARCO DE REFERENCIA	14
MARCO TEÓRICO.....	14
MARCO CONCEPTUAL.....	21
ESTADO DEL ARTE DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS	23
CONCEPTOS DE CIRUGÍA ESTÉTICA	23
PERCEPCIÓN DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS	25
IMAGEN.....	28
TIPOS DE CIRUGÍAS	34
PRESENTACIÓN DE LA CATEGORÍA	41
ANÁLISIS DEL SECTOR	44
REFERENTE HISTÓRICO DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS EN COLOMBIA	44
AMBIENTE COMPETITIVO DEL SECTOR.....	47
LAS EMPRESAS QUE COMPITEN EN LA CATEGORÍA.....	48
ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR	51
LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR	52
PODER DE LOS COMPRADORES.....	53
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES.....	53
PODER DE LOS PROVEEDORES.....	54
AMENAZA DE SUSTITUTOS	55

RIVALIDAD E INTENSIDAD DEL SECTOR.....	57
ANÁLISIS DE LOS COMPRADORES Y LOS CONSUMIDORES.....	58
¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?.....	58
¿QUÉ COMPRAN Y COMO LO COMPRAN?	60
¿CUÁNDO LO COMPRAN?	62
¿CUÁLES SON LAS RAZONES DE COMPRA?	63
¿CÓMO SELECCIONAN Y PORQUE LO PREFIEREN?	63
TIPO DE INVESTIGACIÓN	64
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	65
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	66
FUENTES Y TÉCNICAS UTILIZADAS	66
TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	68
DISEÑO DEL CUESTIONARIO	69
ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA	72
SÍNTESIS ANALÍTICA DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	88
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA.....	93

RESUMEN

El presente trabajo de grado, tuvo como propósito identificar las diferentes variables que influyen en el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Colombia, principalmente en la ciudad de Cali. Para dar cumplimiento a este objetivo, se planteó una investigación cualitativa, utilizando la técnica de recolección de información y el análisis del contenido, como técnica de análisis, además se realizó una investigación cuantitativa, por medio de una encuesta, de 13 preguntas y realizada a 135 personas entre hombres y mujeres. Para la presentación de los resultados, se consideró el tema como la unidad de análisis y la frecuencia para identificar las diferentes variables más importantes para el consumidor frente a las cirugías estéticas, como atributos principales, imagen o concepto de las cirugías, estrategias de mercadeo que atrapan al consumidor y finalmente el crecimiento de cirugías estéticas en Colombia desde el 2011 hasta el 2014. Los datos fueron tabulados en Excel y arrojaron como resultado importante, el mejoramiento de la autoestima que estas cirugías estéticas, le brindan al ser humano.

1. ANTECEDENTES DE LA CIRUGÍA PLÁSTICA

La práctica de la cirugía plástica se remonta aproximadamente desde el año 1950 A.C. donde el arte de curar nació como una reacción espontánea, por sanar un mal. En el Código Hammurabi se describe una cirugía correctiva para cataratas¹. En la India, Sushruta (600 A.C.) describe y realiza operaciones para la reconstrucción nasal y de los lóbulos auriculares, utilizando colgajos cuyos principios se conservan en la técnica indiana, utilizada actualmente. La Cirugía Plástica se ha ido enaltecendo gracias a los innumerables experimentos, estudios y experiencias, desde sus inicios hasta la actualidad.

Después de la Primera Guerra Mundial se dio un gran avance, ya que había muchos pacientes que requerían reconstrucción y rehabilitación. Hacia 1930 se inició a nivel mundial la organización integral de servicios de cirugía plástica en los hospitales, tales como: manejo de heridas, quemaduras, realización de injertos, colgajos, cirugía de la mano, cirugía maxilofacial, reconstructiva y estética. Fue allí donde se dio marcha a la investigación, desarrollando nuevas técnicas a partir de los principios aprendidos; diseñaron implementos y mecanismos que facilitaron los procedimientos, contribuyendo a la reconstrucción y una buena cicatrización.

Después de finalizado el conflicto II Guerra Mundial , el campo de la Cirugía Plástica se amplía enormemente y deja de estar confinada más o menos a la reconstrucción maxilofacial, afianzándose aún más, gracias a Sir Harold Gillies, padre de la Cirugía Plástica moderna, dando un gran aporte en la corrección de pequeños defectos, congénitos o adquiridos. En 1955 la Cirugía Plástica es

¹Códigos legales de tradición babilónica. Barcelona: Ed. Trotta. 1999.

reconocida como una Especialidad con la denominación de Cirugía Reparadora. En la segunda mitad del siglo XX la Cirugía Plástica crece excepcionalmente desarrollando nuevos procedimientos reconstructivo y estético. Se introdujo a partir de la cirugía reconstructiva, la cirugía estética, dando origen a una nueva generación de cirujanos plásticos, con una visión y un horizonte diferentes.

La Cirugía Plástica, tiene dos áreas que son la cirugía reconstructiva y la cirugía estética.² La primera dio origen a la segunda y en el momento de su aplicación, estos dos principios son inseparables, donde se aplica una serie de conocimientos científicos, procedimientos, técnicas y protocolos especializados, que son reconocidos por la comunidad médica y científica internacional.

Historia de la cirugía plástica en Colombia

La evolución de la Cirugía Plástica en Colombia se inicia desde antes de su existencia como nación, en la época precolombina. Las ideas médicas de la época fueron el resultado de una acumulación progresiva de observaciones, los primeros médicos debieron aparecer en el continente americano entre 1200 a 300 años A.C.

Los conocimientos que las culturas precolombinas hubiesen tenido en cuanto a prácticas quirúrgicas se refiere se han podido evidenciar de forma indirecta. Hay huellas en cuanto a que se conoció y practicó las momificaciones, se conocía algo de anatomía ya que se practicaban una serie de mutilaciones rituales, se

² SCCP, La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva. Disponible en: www.cirurgioplastica.org.co/quienes-somos/que-es/historia-cirugia-plastica.htm

conocieron y se clasificaron algunas enfermedades, de las cuales los cronistas han detallado algunas. Aguado anota algunas descripciones sobre el manejo de las heridas. Todos estos avances quirúrgicos iban paralelos a los avances de la anestesia y la asepsia; al parecer la anestesia la lograban mediante la ingestión de chicha, coca, yagé y algunas otras plantas alucinógenas. Utilizaban el TUMI, cuchillo de extremidad semi circular, fabricado en oro, cobre, obsidiana y aún en plata, practicando incisiones y disecciones múltiples y aún trepanaciones.

No se puede dejar de mencionar como dato importante las deformaciones craneales. Estas las realizaban mediante compresión progresiva de la bóveda craneana con dos tablillas durante la infancia.³ De esta costumbre se encontraron huellas en las tribus GUANE, PANCHE, PIJAO, TUMACO, MOTILON y QUIMBAYA.

Se encuentran nuevamente referencias sobre la Cirugía Plástica al finalizar el siglo XIX con el Dr. Antonio Vargas Reyes quien describe cirugías correctoras de labio y paladar hendido.

Para la época de 1922 el Dr. Primitivo Iglesias realiza en Cali la primera corrección de labio hendido. Yesid Trebert Orozco, médico santandereano especializado en Cirugía General y Ginecoobstetricia practicó las primeras mamoplastias tanto prótesis como para hipertrofia al igual que abdominoplastias y ritidoplastias.

3 SCCP, La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva. Disponible en: www.cirugiaplastica.org.co/quienes-somos/que-es/historia-cirugia-plastica-en-colombia.html

Otro personaje a destacar en la historia de la Cirugía Plástica es el Dr. Guillermo Nieto Cano en 1947 funda el primer servicio de Cirugía Plástica en el país en el Hospital de la Samaritana. Hacia 1948 funda el del Hospital Militar de San Cristóbal y en 1951 se traslada y organiza el servicio del Hospital San Juan de Dios.

En 1954, el Dr. León Hernández hace lo propio en Medellín en el hospital de San Vicente de Paul con la colaboración del Dr. Álvaro Londoño. En ese mismo año el Dr. Bension Goldemberg inicia el servicio de la Universidad del Valle y el Dr. Hernando Castro Romero el del Hospital Infantil Lorencita Villegas de Santos de Bogotá.⁴ Son estos prohombres los que forman los cimientos para la creación de los actuales programas de entrenamiento en Cirugía Plástica en el territorio colombiano y así mismo la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica.⁵

2. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante conocer el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Colombia ya que a medida que pasan los años su crecimiento es mucho más rápido. Se ha identificado que cada vez son más las cirugías estéticas y que hoy la sociedad está dominada por la imagen, ya que todos en esta vida, son conscientes del valor que tiene verse bien.

4Técnicas quirúrgicas en cirugía. Disponible en: www.bdigital.unal.edu.co/638/14/9789587194036.14.pdf

5 www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/conozca-porque-cali-sigue-siendo-silicona-en-colombia

Colombia es uno de los países potencia en este campo, por la calidad, servicio y precios que ofrecen.

Cali es una de las ciudades que se ha llenado con el paso del tiempo de clínicas, situadas en los antiguos barrios tradicionales, atrayendo a extranjeros y nacionales, ofreciendo paquetes muy completos y los mejores tratamientos, satisfaciendo la necesidad del cliente. Se ha convertido en una ciudad de mujeres y hombres eternamente bellos, lo que ha hecho que se convierta en un emblema cultural, ya que una cirugía plástica se convirtió en los deseos de cualquier Caleño.

Por lo tanto, se quiere realizar esta investigación con el fin, de identificar como ha sido el comportamiento del mercado y que tanto ha cambiado, por lo que será necesario, realizar un estudio y analizarlo. De esta forma la investigación se realizará en la ciudad de Cali.

3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

A través de los años, se ha ido incrementando el mercado de cirugías estéticas en Colombia, logrando aumentar crecimientos no solo en el sector de salud, sino de turismo, ya que por medio de las cirugías y de sus excelentes paquetes, se han suplido necesidades no solo de personas nacionales, sino que ha captado la atención de los extranjeros, siendo esto muy positivo para el país.

A pesar del crecimiento del sector de salud estética, Colombia no cuenta con un sistema de información que recoja las estadísticas y características del sector. No hay datos concretos de cuántas cirugías plásticas y estéticas se practican, ni el número exacto de procedimientos por especialidad, ni cuántos pacientes son

nacionales, ni cuántos extranjeros. Sólo algunos estudios y entidades han estimado indirectamente las cifras que se manejan con el negocio de belleza en Colombia. Según FENALCO, entidad promotora del Cali Exposhow que aglutina a empresarios y profesionales de la salud, la industria de belleza en Cali mueve más de 100 millones de euros al año, con un promedio de 100.000 procedimientos de estética anuales, realizados a nacionales y a extranjeros, provenientes en su mayoría de Estados Unidos, el Caribe y Europa, Según María del Pilar Catillo, 2008⁶.

Por esta razón, es necesario hacer una investigación, para conocer sobre el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Cali. Conocer que tanto ha cambiado y como ha sido aceptado en la ciudad y el resto del mundo.

4. DELIMITACIÓN

La investigación está enfocada en la ciudad de Cali, específicamente en los barrios donde se encuentran clínicas especializadas. Está dirigida para todas las personas que se encuentren involucradas y participen de ello, entre estos pacientes, médicos, entre otro.

⁶ El Bello negocio de la cirugía plástica.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar las diferentes variables que influyen en el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Cali desde el año 2011 hasta la fecha.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar cuáles son los principales atributos que el consumidor asocia con las cirugías estéticas.
- ✓ Determinar la imagen que tiene el mercado frente a las cirugías estéticas.
- ✓ Investigar cómo ha sido el crecimiento de las cirugías estéticas desde el 2011 hasta la fecha.
- ✓ Analizar las estrategias de mercadeo que han logrado atraer al cliente.
- ✓ Analizar la importancia que tiene para el consumidor los atributos tangibles de las cirugías estéticas.
- ✓ Analizar la importancia que tiene para el consumidor los atributos intangibles de las cirugías estéticas.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEÓRICO

Para esta investigación, se necesitarán tocar diferentes aspectos para poder dar una respuesta concreta a nuestro planteamiento del problema. Entre las diferentes variables que se han encontrado en este mundo de las cirugías estéticas, será importante investigar los cambios que han surgido a través del tiempo (publicitarios, inventos, imagen, competencia, etc.), lo que nos acercará más a la actualidad, donde se investigaran temas más profundos como:

- ✓ El funcionamiento del servicio en clínicas estéticas.
- ✓ Estrategias de precios.

6.2 MARCO HISTÓRICO

Antecedentes históricos:

En la Historia Antigua vive constancia de la existencia de la cirugía plástica en Egipto se plasmaron los conocimientos médicos en el papiro de Edwin Smith (2200 a. de C.) describiendo intervenciones quirúrgicas y el tratamiento de lesiones traumáticas; realizaban trasplantes de tejidos, según el papiro de Ebers (1500 a.c.). Por otro lado, en los libros sagrados la civilización hindú, en el Rig-Veda (1500 a. de C.) y en el Atharva-Veda se describen reconstrucciones, utilizaban colgajos e injertos para reconstruir la nariz, los ojos y las orejas.

De los descubrimientos relatados no se han encontrado escritos, nada que mencionen el avance de la medicina de los siguientes períodos, hasta la aparición de Celsus (25 a. de C. - 50 d. de C.), donde se plasmaron las traducciones y los conocimientos entregados por hindúes, árabes, egipcios, griegos y luego a los latinos; hasta que se publicó el libro *De Re Medica*. Por el cual se considera a Celsus como el verdadero precursor de esta disciplina, allí se describen técnicas ajustables a cirugía plástica. Sushruta (600 A.C.) describe y realiza métodos para la reconstrucción de nariz y lóbulos auriculares; los koomas o alfareros eran quienes se encargaban de la manipulación de los tejidos vivos. El procedimiento consistía en realizar un colgajo con la piel de la frente, el cual era unido al resto de la nariz. Cuando la parte aproximada había pegado a la parte receptora, realizaban un corte en el pedículo y el excedente era devuelto a su lugar originario, llamada, la técnica indiana, utilizada actualmente.

Posteriormente, en 1858, Denonvilliers describió la primera plastia en Z. A partir de entonces parece iniciarse la integración de esta especialidad y es en Alemania donde Von Graffe lleva a cabo rinoplastia, y se refiere por primera vez al término cirugía plástica. La rinoplastia surge en el año 1887 llevándose a cabo la primera operación por la zona interna nasal en los Estados Unidos. En 1890 se hizo la primera eliminación de grasa del abdomen pero por motivos de salud, ya en el año de gracia 1910 se hizo por primera vez una retirada de grasas por cuestión de imagen llegándose a eliminar 22 kilogramos de una persona.

Es a partir de la Primera Guerra Mundial que la cirugía plástica comenzó a definirse como especialidad quirúrgica; es alrededor de los años 1960 y los 70 que llegó a su edad de oro. En 1963 los primeros implantes de gel de silicona por Cronin. En 1969 el americano Harry Buncke (padre de la microcirugía) realizó su primer trasplante libre microvascular de omento para reparar un gran defecto de cuero cabelludo. En 1974 en Roma se realizó por primera vez la realización de

una extracción de grasa por mediación de una cánula, pero solo hasta 1982 nacieron las liposucciones y en 1982 se implantaron las liposucciones como solución a los excesos de grasa en el abdomen, que perdura hasta nuestros días gracias a la incorporación de nuevas técnicas y al perfeccionamiento de otras.

Antecedentes socioculturales:

El significado de belleza existe desde la prehistoria, la conciencia del individuo está determinada por el sistema de las relaciones sociales y por los valores culturales inherentes a la época y a la sociedad, esmerándose por mantener una apariencia juvenil y bella; la moda es uno de los factores más influyentes, se orienta hacia una mayor exposición del cuerpo y con un determinado patrón de belleza.⁷

Las cirugías según la edad: La primera consulta en cirugía estética tiene que ver con las orejas de los niños, hacia los 6 o 7 años.

- ✓ Hacia la adolescencia, lo más frecuente es la mamoplastia de reducción y la nariz.
Entre los 20 y los 30 se piden la mamoplastia de aumento y la liposucción
- ✓ Luego de los embarazos, las mujeres se realizan la abdominoplastia o la colocación de un volumen normal de senos.
- ✓ Entre los 35 y 40, una cirugía muy frecuente es la de los párpados: la blefaroplastia.

7CIREN.Centro Internacional de Restauración Neurológica, Rev Cubana Cir 2007;46(4)

- ✓ Por encima de los 50 años, demandan los rejuvenecimientos faciales quirúrgicos.

Antecedentes tecnológicos:

La cirugía plástica estética ha evolucionando a través de los avances tecnológicos permitiendo incorporar nuevas técnicas, uno de los avances más importantes ha sido el nacimiento y perfeccionamiento de la Microcirugía; con la creación de micro-instrumentos, materiales ultra finos de sutura y la fabricación del microscopio quirúrgico binocular en los años 50. Otro importante avance es el perfeccionamiento del instrumental quirúrgico y las mejoras en los materiales de relleno e implante que se emplean. Considerándose no de los más grandes descubrimientos en los últimos tiempo es el laser, desde su descubrimiento en 1.958, el láser ha llegado a ser una poderosa técnica industrial, pero sus aplicaciones en medicina también han sido totalmente revolucionarias.

Los avances tecnológicos han mejorado también los procedimientos destinados a moldear el contorno corporal, pues a través de pequeñas incisiones, se extraen volúmenes considerables de grasa, ultrasonido, que ha logrado destruir el adiposito (célula que almacena la grasa) haciendo más fácil la extracción de la grasa durante la liposucción.

Antecedentes legales:

La cirugía estética es de resultados y no de medios, es decir a satisfacción del cliente. Mientras que las otras especialidades son de medios, buscan mejorar la

salud pero no siempre lo consiguen; es por eso que demandan cuando no hay satisfacción.

Colombia cuenta con 800 profesionales de la salud, la incidencia de demandas por fallas en la atención médica se incrementó en un 45%, mientras que la prevalencia (casos nuevos) tuvo un aumento de un 35%, desde el 2006, de acuerdo con la Sociedad Colombiana de Anestesiología y Reanimación (Scare). En Latinoamérica las cifras por demanda son un poco altas el estudio IBEAS (prevalencia de eventos adversos en hospitales de Latinoamérica), un proyecto desarrollado en 2007 por Colombia en conjunto con México, Argentina, que encontró que de cada 100 pacientes que ingresan a un hospital, 12 sufren un evento adverso y la mayoría por infecciones nosocomiales, es decir adquiridas en la institución.

En Colombia hay alrededor de treinta mil instituciones certificadas para prestar servicios de salud, aproximadamente la mitad de estas están dedicadas a la cirugías plásticas. De acuerdo con datos de la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), en el 2006, en las principales ciudades del país (Bogotá, Medellín y Cali), se abrieron 20 clínicas estéticas, y aunque estas cuentan con los estándares mínimos de calidad (habilitación), siempre es inminente el riesgo de que las personas caigan en el mercado negro de las cirugías plásticas, debido a la propagación de información a través de medios como el Internet. Para la SCCPER (Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva) la principal recomendación recae en los propios pacientes: “Deben estar completamente informados sobre el procedimiento al que se quieren someter, qué médico es el más apto para hacerlo y en qué institución se lo pueden realizar”, afirma el doctor Celso Bohórquez, cirujano plástico y representante de divulgación de la Sociedad.

Al respecto, depende de cada secretaría de salud municipal realizar las inspecciones debidas a estos lugares para verificar su idoneidad. Pero, mientras

esto ocurre, muchos centros funcionan sin los requerimientos de ley. Es la ley 711 de la estética la que ampara todas las medidas necesarias para poder elegir el lugar correcto.

Antecedentes económicos:

A pesar de que el país atraviesa por una crisis económica, en el 2002 la tasa de desempleo está en 18%, la inflación alcanzo el 7.07%, el porcentaje de la población que vive en pobreza esta en 59.8% y el ingreso pre cápita solo alcanzo US \$1.882 por año; esto nos señala claramente la realidad en la que viven los Colombianos. Según el último censo la población colombiana es de 44,54 millones de personas, por lo tanto el sector de cirugías plásticas se constituye en un mercado interesante. El aumento poblacional femenino que esta en 51% (22.715.400 mujeres), demográficamente Colombia es una de los países con mayor población joven en el mundo.

Las cirugías plásticas normalmente son procedimientos seguros, por lo que a la hora elegir hacerse una es fundamental tener encuentra la idoneidad y la experiencia del cirujano plástico ya que son las mejores garantías para un buen resultado, que tenga la certificación de la S.C.C.P. ya que este se obtiene después de una rigurosa selección, estudios de hoja de vida, verificación del entrenamiento y título, más una permanente actualización científica.⁸

⁸www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/00000T7T000.PDF

El estudio anual de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética ubicó a EE.UU. como líder mundial, seguido por Brasil y China. Colombia aparece en el puesto once, dentro de los países líderes.

La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS) publicó los resultados del tercer análisis estadístico anual: Estudio Global de Procedimientos de Cirugía Estética - Cosméticos realizados en 2011. Según las estadísticas del estudio, durante el 2011 en Colombia se realizaron 211,879 cirugías plásticas, lo que representa el 3,3%, y 159,629 procedimientos no quirúrgicos, representado en el 2.5%.⁹

Esta obsesión por la perfección de los cuerpos pone a Colombia en el pódium de la cirugía estética y cuenta con una industria desarrollada, en la que trabajan más de 700 cirujanos especializados. El costo de una operación estética en Colombia está por debajo del 60% menos que en otros países. Según el Ministerio de la Protección Social, en la actualidad son cerca de 30 mil las instituciones habilitadas en Colombia, de las cuales 15 mil aproximadamente pertenecen a los niveles III y IV de complejidad, lo que significa que sus condiciones de funcionamiento son aptas para la realización de cirugías plásticas.

Antecedentes locales:

En los últimos diez años, Colombia aparece entre los países en donde se realizan más procedimientos estéticos. En Latinoamérica ocupa el tercer lugar y cuarto en América, lo que ubica al país a nivel mundial en el puesto número 11. Según el último informe de Fenalco Valle (agremiación de los comerciantes del departamento, las cifras del análisis son contundentes y no solo demuestran el

⁹ www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirugias-plasticas

crecimiento sostenido de la industria médico-estética que ha habido en el país y en la ciudad, sino que también ratifican por qué Colombia se convierte en un destino apetecido para realizarse cualquier tipo de intervención encaminada a mejorar la belleza. La cantidad de especialistas como el número de clínicas dedicadas exclusivamente al tema estético (cerca de 200 afiliadas a la agremiación), Solo en la ciudad de Cali, por cada 50.000 habitantes existe una clínica especializada en cirugía plástica, las cirugías que más demanda tienen, tanto de pacientes nacionales según Rodríguez, 2004¹⁰.

Cirugía plástica en Cali Según cifras de Fenalco Valle, en la ciudad de Cali se realizan más de 150.000 procedimientos de cirugía estética al año; la capital vallecaucana recibe cerca de 30.000 pacientes, 14.400 de ellos extranjeros, procedentes de Estados Unidos, España, Centroamérica y el Caribe. Comparando el comportamiento del sector en las principales ciudades del país, Cali se convierte en la segunda, después de Bogotá, con mayor cantidad de clínicas que realizan procedimientos de cirugía plástica. Está seguida por Medellín y Barranquilla. Las personas que visitan las clínicas de cirugía plástica en la ciudad son en su mayoría mujeres, quienes representan el 85% del total de los pacientes. En cuanto a pacientes de otras nacionalidades que visitan las clínicas de cirugía plástica, el 63% de los pacientes extranjeros provienen de Estados Unidos; el 23%, de España; el 13%, de Italia y el 1%, del Ecuador.¹¹

6.3 MARCO CONCEPTUAL

10<http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=16922522&AN=65721451&h=F63vXe81GPD94bPvF%2bGmOdUUZy0m7VXVyhkFysl8Dp7MTdGDQfjP3dTv%2fUZH0xlukZcCmU4fHAYjYJSH4YjMpw%3d%3d&crl=c>

11www.saludyesteticaencolombia.com/cirugia_plastica

La cirugía plástica es una especialidad quirúrgica de las más antiguas de la medicina, tuvo lugar durante la segunda guerra mundial; su función es corregir y llevar a la normalidad anatómica y/o funcional del cuerpo. -Etimológicamente hablando, su nombre deriva del término griego “girurquiki”, que significa cirugía, obra o mano y “Plastikos”, que significa moldear¹²-

A continuación se describe la terminología para claro entendimiento del proyecto:

Tendencia: Patrón de comportamiento que define el rumbo que está tomando un mercado, cuando se habla de creciente quiere decir que está aumentando su participación o en caso contrario se habla de una tendencia decreciente.

Estética: El término estética deriva de la palabra griega aisthesis, que significa sensación, conocimiento obtenido a través de la experiencia sensible.

Cirugía estética: se realiza para mejorar las estructuras normales del cuerpo con intención de aumentar el atractivo del paciente y su autoestima.

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

Abdominoplastia: Remodelación de la pared abdominal, eliminación del exceso de piel, exceso de grasa y se tensionan los músculos de la pared abdominal para remodelar el abdomen, la cintura y la forma del tronco del cuerpo.

Blefaroplastia: Rejuvenecimiento de párpados, remodelación de los tejidos perioculares.

¹²<http://cirugiaplastica.saludisima.com/historia-evolucion-y-actualidad/>.

Lipoescultura: Moldea la grasa y mejora el cuerpo del paciente.

Otoplastia: Mejora la formación de las orejas

La mamoplastia de reducción, reduce el tamaño del pecho, se elimina tejido graso, tejido mamario y piel, se eleva el pecho a una posición más natural, con lo que se consigue un contorno más ligero, armónico y firme. También se puede reducir el tamaño de la areola si éste es excesivamente grande.

7. ESTADO DEL ARTE DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS.

7.1 Conceptos de cirugía estética

La actividad estética y la conciencia del individuo están determinadas por el sistema de las relaciones sociales y por los valores culturales inherentes a la época y a la sociedad. Es justamente en el proceso de las relaciones sociales donde se forman los ideales y el propio gusto estético, los cuales van siendo asimilados a través de la educación y sobre la base de la experiencia y la práctica del sujeto.

El hombre tiende a buscar y a encontrar la belleza no sólo en los objetos creados con ese fin, sino también en todo el conjunto de bienes materiales producidos por él. De la misma forma que la tendencia hacia lo bello no es sólo una necesidad puramente ideal, sino que con gran frecuencia es un instrumento para la transformación de la realidad, asume dicha transformación a partir de un ideal estético determinado, por lo que provoca en el individuo una actitud estética hacia el mundo.

La actitud estética puede ser definida como una forma de producción espiritual, que adquiere valor independiente, como forma especial de la relación del hombre con la realidad, mediante el conocimiento y la valoración de sus propiedades y de su transformación en una imagen sensorial en correspondencia con el ideal. Esta relativa independencia posibilita el desarrollo de las capacidades estéticas, sobre la base de la interpretación de toda la cultura universal de la sociedad. Dicha actitud es un estímulo interior que funciona como elemento integrante de la producción social, que se manifiesta a partir de su sentido humano y sirve de criterio de valoración en correspondencia con el ideal estético. La actitud estética del hombre hacia el mundo se manifiesta como la interrelación sujeto-objeto en un marco sociocultural históricamente determinado.

Desde el punto de vista filosófico, es la rama que estudia el significado de la belleza en general, la naturaleza del arte y la validez de los juicios sobre la creación artística, independientemente de la naturaleza de dicha obra de arte, que en nuestro objeto de estudio sería el ser humano, máxima expresión de la Creación.

El término estética comienza a ser utilizado por primera vez por Alexander Baumgarten en el año 1750, quien tomó la palabra griega *aisthesis*, que significa 'sentido' y definió la belleza como: «[...] la percepción de la sabiduría que se adquiere a través de los sentidos», y consecuentemente la estética como la «ciencia del conocimiento sensitivo». Pero Baumgarten la consideró una forma confusa e inferior del pensamiento, y es Kant en 1790 quién reclamó el estatus de la estética a la par de la ética y la lógica o razón pura. Algo similar vivimos hoy día cuando después de haber considerado la estética del hombre como lo hizo Baumgarten, nos unimos a Kant para reclamar sus derechos y defender su valor.

Múltiples han sido los intentos por definir la esencia de lo bello, y desde la antigüedad se elaboran variadas y serias doctrinas al respecto, que van desde considerar a lo bello como una manifestación del bien o de la verdad, hasta afirmar que es perfección sensible o expresiva, pasando por un criterio tan sólido en su argumentación que lo hace tener muchos seguidores en todos los tiempos: la belleza es simetría, según Dra. Sánchez y Dr. Alessandrini, 2007.¹³

7.1.1 Percepción de las cirugías estéticas.

La belleza es parte universal de la experiencia humana y se ha comprobado que la percepción de la misma proporciona placer a los sentidos e incrementa la probabilidad de apareamiento. La sensibilidad de la belleza es proporcionada por estructuras cerebrales filogenéticamente determinadas, así como también por aspectos socioculturales.

Los atributos estéticos de la mujer han sido vistos desde diferentes ópticas a través de los tiempos. Lopovetsky señala tres periodos socio histórico (la primera mujer, la segunda mujer y tercera mujer). Para la primera mujer, que se desarrolla desde la antigüedad, hasta el periodo del renacimiento, donde la mujer fue vista como sinónimo de tentación y maldad. La segunda mujer se desplegó desde el renacimiento hasta el siglo XIX y la imagen fue reconocida como el bello sexo, por último, la tercer mujer, la actual, se ha venido desarrollando desde el siglo XX en un intento de igualarse al hombre, es decir, está considerada el primer sexo, pues es un género capaz de igualar al hombre en los aspectos económicos, culturales y sociales.

¹³ Dra. Kyrenia Sánchez Rodríguez¹ y Dr. Roidel Alessandrini González², 2007.

A través de los años y hasta la actualidad, con la aparición de los medios, la mujer se ha sometido a una transformación inclemente del cuerpo, al despotismo de la esbeltez y a un consumismo ceñido a unas normas estéticas mutantes, mutiladoras y de reemplazo.

Consideraciones psicológicas.

Las motivaciones para demandar un tratamiento en cirugía estética vienen determinadas en ocasiones por la orientación actual de nuestra sociedad hacia la juventud y en la cual un aspecto físico joven y dinámico es primordial para poder competir en igualdad de condiciones. Similar importancia tiene una buena apariencia física en gran parte de las profesiones y en la comunicación con el medio ambiente social y afectivo, así mismo influye la moda. Así, la tendencia al propio embellecimiento de las personas, debido al poder de la belleza para modificar la percepción y la conducta, es una industria en crecimiento.

Existe la idea generalizada de que la cirugía estética puede mejorar la percepción de la propia persona o de su atractivo y que tal cirugía puede reducir el estrés psicológico. Así, otros estudios realizados también por medio de entrevistas psicológicas han demostrado que existe disminución de la depresión y de la ansiedad en pacientes que son sometidos a un procedimiento con este tipo de cirugía.

La cirugía estética ante la iglesia y la moral cristiana

Cuando la cirugía estética solicita a la moral cristiana su pensamiento, no hace sino preguntarle en que gradación de los valores debe colocarse la belleza física. La moral cristiana responde que este es un bien, pero corporal, ordenado al hombre y como los otros bienes del mismo género, susceptible de abusos.

Comentarios como los del Papa Pio XII en el X congreso Mundial de Cirugía Plástica celebrado en Roma en octubre de 1958: "tal deseo o acto, como se presenta en la hipótesis, no es en sí moralmente ni bueno ni malo, sino que solo las circunstancias, a las que en concreto ningún acto puede sustraerse, le darán el valor moral de bien o de mal, de lícito o de ilícito. De ahí se deriva que la moralidad de los actos relativos a la cirugía estética depende de las circunstancias concretas de cada caso". En la valoración moral general de estas circunstancias incluye: que la intención sea recta, que la salud general del sujeto este defendida contra riesgos innecesarios y que los motivos sean razonables y proporcionados al "medio extraordinario" a que se recurre.

Cirugía estética y acto médico.

Es evidente que la cirugía estética la ha de realizar un médico por el método o instrumento que utiliza. La cirugía estética mejora lo que ya existe completando así la naturaleza del individuo y por tanto contribuye a la obtención de la belleza física. Como se trata de una demanda voluntaria por parte del paciente para el mejoramiento de un aspecto físico, conviene determinar si tal demanda causa o no un trastorno psicológico por parte del cirujano estético. La ausencia de un trastorno psicológico conduce a analizar con más detenimiento la motivación. Esta puede ser externa y en este sentido la presión social, familiar o de la profesión que se ejerce establecen la motivación fundamental para solicitar este tipo de cirugía. Por otro lado, la motivación puede ser interna, siendo el deseo legítimo de sentirse más bello la causa fundamental.

La cirugía estética fundamentalmente alivia una dolencia o sufrimiento aunque no trate una enfermedad propiamente dicha ni un defecto físico objetivo. La cirugía en este tipo de situaciones suele mejorar sustancialmente ese complejo o trastorno

psicológico secundario a ese "defecto" físico, como se ha apuntado anteriormente. Se trata por tanto de un acto médico en donde las ganancias psicológicas obtenidas, grandes o pequeñas, frecuentemente tienen un impacto considerable en el estilo de vida del paciente, según B.Hontanilla, C. Auba, 2002.¹⁴

7.1.2 IMAGEN DE MARCA

La imagen de marca es la percepción de la identidad de la marca en la mente de los consumidores, es decir, son las representaciones mentales, tanto afectivas como cognitivas que una persona tiene frente una marca o una empresa. Esto es muy importante ya que un buen manejo de la imagen de marca permite llevar a cabo una estrategia de comunicación.

Por esta razón realizar una excelente imagen de una empresa o marca es mucho más importante de lo que realmente se puede pensar, ya que su influencia sobrepasa barreras de la propia compañía. Por lo tanto es esencial que toda una organización se dé cuenta que este aspecto, pues no solo pertenece a las personas de mercadeo, la imagen de marca, está inscrita en cada parte de la empresa, por tanto los empleados hacen parte de ello, deben convencerse de esto, para mostrar y dar lo mejor a la empresa.

Para las cirugías estéticas, a diferencia de otras empresas o marcas, la imagen de marca en este caso, es una persona, es decir, un medico, quien con su nombre, estudios, experiencia, calidad y valor agregado le vende al cliente toda una imagen. De esta manera, el medico tiene no solo que utilizar sus capacidades, tiene que contar con mercadeo para apoyar sus estrategias de venta y sobre todo para poder construir un gran CRM para así, crear clientes redituables.

14 Belleza y cirugía estética: consideraciones psicológicas y morales

Analizando este campo, se encuentran en la ciudad de Cali, diferentes y reconocidos cirujanos que a través del tiempo se han posicionado como grandes en esta industria, uno de ellos es Carlos Triana, quien se graduó como Médico Cirujano de la Universidad del Valle (Cali), y llevó a cabo su especialización en cirugía plástica y reparadora en la Pontificia Universidad Católica de Rio De Janeiro, con el Doctor Ivo Pitanguy. Gracias a lo cual tuvo la oportunidad de pertenecer a instituciones como el “Hospital Santa Casa” y la clínica Ivo Pitanguy en Brasil, obteniendo el título de especialista en cirugía plástica, maxilofacial y de la mano.¹⁵

El Dr. Triana es uno de los fundadores de la clínica Corpus y Rostrum, y cuenta con más de 20 años de experiencia, tiempo durante el cual ha realizado más de 25.000 cirugías estéticas de todo tipo, y se ha perfilado como pionero en los diferentes desarrollos de la cirugía plástica: pionero en la lipoescultura, en la delineación palpebral en el uso de la tecnología láser para procedimientos faciales y corporales.

Durante su vida laboral también se ha destacado como cirujano plástico del ISS, como docente adjunto en el departamento de cirugía plástica de la Universidad del Valle y conferencista en múltiples congresos nacionales e internacionales.

El Dr. Carlos Triana es consciente de la importancia en la producción de conocimiento que aporte a la comunidad médica en general, por este motivo, a partir de su experiencia ha escrito para revistas especializadas, generando artículos relacionados con la cirugía plástica: “Mamoplastia de aumento – consideraciones sobre la retracción capsular-“, Mamoplastia de aumento vía retrofacial”, y “Liposuctions, 25 years of experience”.

15 <http://www.doctorcarlostriana.com/doctor-carlos-triana.html#sthash.oSwG4TJ8.dpuf>

Mantenerse actualizado es un punto muy importante para cualquier profesional de la medicina y la cirugía plástica, razón por la cual el Dr. Triana pertenece a múltiples sociedades médicas como la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, La Asociación De Ex alumnos Del Profesor Ivo Pitanguy, El Colegio de Cirujanos Plásticos del Valle, La American Academy of Cosmetic Surgery , La American Society Of Hair Restoration Surgery, La American Society For Laser Medicine And Surgery, Inc, La Federación Médica Colombiana, IPRAS (International confederation for plastic reconstructive and aesthetic surgery), y FILACP (Federación iberoamericana cirugía plástica), ISAPS (Sociedad Internacional de Cirugía Plástica).¹⁶

Lo anterior, nos da información de lo que es y ofrece el médico, como imagen real, es decir, la perspectiva desde dentro hacia afuera; que se basa en las fortalezas y debilidades de la marca identificadas por la empresa mediante el desarrollo de una auditoría interna. Y como imagen percibida, la cual es cómo los clientes ven la marca desde fuera, el Dr. Triana cuenta con el siguiente logotipo:

16 <http://www.doctorcarlostriana.com/doctor-carlos-triana.html#sthash.oSwG4TJ8.dpuf>

Arte-Ciencia
Experiencia y Calidad

En Cirugía Plástica Láser



Doctor Triana
Cirugía Plástica Láser

Dr. Carlos E. Triana

Con el paso del tiempo después de haber logrado un alto posicionamiento, el logotipo se reduce a



Más adelante pasara solo a tener las 3 barras, que identificaran inmediatamente al Dr. Triana, sin necesidad del apoyo del nombre. De esta manera cada persona empezara a tener su propio código o imagen mental sobre esta marca, así mismo cada uno percibirá esta marca según su experiencia o comentarios que se escuchen frente a ella.

Otro ejemplo es el Dr. Jaime Roberto Arias González, quien se graduó de la Universidad Nacional de Colombia, Cirujano Plástico, Estético, Maxilofacial y de la Mano. Es uno de los primeros y mejores cirujanos de CALI ofreciendo simulaciones 3D para procedimientos de cirugía plástica.

A medida que ha transcurrido el tiempo este cirujano no solo se quedó como una marca individual, sino que generó una marca más grande. La Clínica Quirúrgica de la Belleza (CQB) hoy en día es una de las clínicas más reconocidas en Cali por los excelentes cirujanos y Calidad ofrecida. Esta es una clínica moderna e integral, con experiencia y un equipo de cirujanos plásticos certificados, su talento humano siempre le brinda un servicio con calidez.¹⁷

Esta clínica fue fundada en 1990 e inició sus labores con el nombre de Clínica de la nariz, bajo cuya denominación llegó a convertirse en la primera opción de quienes buscaban realizarse un procedimiento de cirugía estética. En el año 2002 el centro pasó a llamarse Centro Quirúrgico de la Belleza (CQB) con el ánimo de resaltar aún más su amplia oferta de servicios de cirugía estética.

Hoy, con 22 años, el Centro Quirúrgico de la Belleza (CQB) es la clínica más antigua del suroccidente colombiano y continúa ofreciendo procedimientos de altos estándares de calidad, los cuales mejoran la imagen y la calidad de vida de sus usuarios.

El cuerpo médico y personal de apoyo del CQB está conformado por profesionales de la salud altamente calificados y comprometidos con sus pacientes, quienes brindan un servicio basado en los valores institucionales: respeto, calidad, confiabilidad y compromiso.

Instalaciones y facilidades

El Centro Quirúrgico de la Belleza (CQB) cuenta con 4 quirófanos equipados con los más modernos equipos. Además, tiene 2 salas de recepción y un área

¹⁷ <http://www.cqbelleza.com/es/>

hospitalaria, conformada por amplias habitaciones amobladas con camas eléctricas especiales para el confort posquirúrgico inmediato, y equipadas con oxígeno y aire acondicionado central.

El centro cuenta con convenios con hoteles y hostales, para los pacientes que así lo requieran, y se encuentra en construcción de un hostel. Además, ofrece transporte aeropuerto-hotel-aeropuerto y servicio de acompañamiento auxiliar de enfermería para aquellos procedimientos que lo requieran

- Actualmente realiza alrededor de cuatro mil procedimientos quirúrgicos por año.
- Cumple con las condiciones de seguridad necesarias que hacen del Centro Quirúrgico de la Belleza una institución de confianza para la comunidad.
- Cuentan con especialistas de la salud en áreas como cirugía plástica, cirugía estética, cirugía reconstructiva, cirugía maxilofacial, cirugía de la mano, odontología y bacteriología.¹⁸

Su Logotipo ha cambiado a través del tiempo por las diferentes circunstancias por las que la clínica ha pasado, pero hoy en día este es el logo que caracteriza la clínica.

18 <http://cualcirujano.com/clinica/centro-quirurgico-de-la-belleza-cqb>



De esta manera la clínica es identificada como imagen percibida para los clientes y como imagen real cuenta con la atención y calidad que cada Medico estable con los clientes.

Es significativo resaltar que la imagen es importante, porque es la representación de los valores de marca, lo que la define como tal y lo que logra posicionarse en la mente, es por ello, que toda marca se va moldeando poco a poco para adecuarse a los gustos y a las tendencias del mercado.

7.1.3 Tipos de Cirugías estéticas.

Calvicie

Informar al cirujano plástico las condiciones médicas como enfermedades tiroideas, cardiovasculares, problemas circulatorios, diabetes, hipertensión arterial, enfermedades oculares. El Cirujano Plástico evaluará el estado de salud, los antecedentes médicos de importancia y él orientará acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener.

Si la persona fuma, consume medicamentos como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontáneo o prolongado comentárselo al cirujano plástico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía.

Nariz

Rinoplastia, Septoplastia, Septorinoplastia

Los parámetros de evaluación dependen de las características étnicas del paciente. Es así que el cirujano plástico deberá examinar la proyección de la nariz en el dorso y la punta, si hay desviaciones, si el tabique se encuentra en posición o hay alteración de la columna de aire en la nariz. También evaluará la nariz y la relación con la cara desde el punto de vista proporciones. Frecuentemente se solicita un perfilograma (radiografía de la cara para tomar medidas) y encontrar el tamaño y la relación con el maxilar superior o con la mandíbula y el mentón.

Antes de decidir practicarse esta cirugía, pensar cuidadosamente en las expectativas que tiene y discutir las con el cirujano plástico pues hay características estructurales y de piel que son propias a cada individuo y que ninguna cirugía va a modificar. Él lo orientará acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener.

Debe informar a su Cirujano Plástico el uso medicamentos, así mismo sobre enfermedades, traumas faciales o cirugías faciales previas que puedan influir en el procedimiento. Si usted es hipertenso (a) es posible operarlo siempre y cuando esté controlada. Si cicatriza mal, tiene alguna otra enfermedad, fuma, consume drogas como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontaneo o prolongado coménteselo a su cirujano plástico. Debe

suspenderse todas las drogas que aumenten el sangrado tales como la aspirina, antiinflamatorios, vitamina E, omega 3, ginko biloba y otras medicaciones naturistas. Los fumadores deben dejar de fumar completamente al menos 2 semanas antes de la cirugía, para evitar complicaciones.

No aplicar ningún tipo de maquillaje el día de la Cirugía y solo tomar los medicamentos indicados por el anesthesiólogo.

Otoplastia, corrección orejas

En la consulta con el cirujano plástico debe aclarar todas las dudas con respecto a la forma de sus orejas. Lo usual es que las orejas sean asimétricas con lo cual nunca serán parecidas.

Es importante informar al Cirujano Plástico sobre el uso de medicamentos que use a diario o con frecuencia (anti inflamatorios, aspirina, recetas naturistas etc.) mencionar enfermedades que tenga o estados gripales recientes que puedan influir en el procedimiento. Si ha decidido operarse, es importante que planee un tiempo de incapacidad con el fin de usar los vendajes correspondientes.

Cuando la persona este consultando información acerca de algún procedimiento específico de cirugía plástica es importante que entienda que las circunstancias y experiencias de cada individuo son únicas, al igual que la forma de comportarse de cada uno de los tejidos del organismo. Si está considerando una cirugía plástica pregunte al cirujano plástico sobre mayor información en particular y sobre lo que puede esperar de ese procedimiento.

Blefaroplastia, plastia de los párpados

Informe al cirujano plástico las condiciones médicas como enfermedades tiroideas, cardiovasculares, problemas circulatorios, diabetes, hipertensión arterial, enfermedades oculares. El Cirujano Plástico evaluará el estado de salud, los antecedentes médicos de importancia y valorará los párpados determinando cual es la opción que más conviene. Comentar todas las expectativas que tiene con el cirujano, él le orientará acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener.

Si fuma, consume medicamentos como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontáneo o prolongado comentárselo al cirujano plástico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía

Frontoplastia, Pexia de la cola de las ceja.

Ritidoplastia, Ritidectomía, Lifting facial

En la consulta inicial el cirujano evaluara el estado de salud, los antecedentes médicos de importancia y valora los rasgos faciales determinando cual es la opción que más conviene.

Comentar todas las expectativas e inquietudes que tiene con respecto a la cirugía. Él orientará acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener. Si es hipertenso (a) es posible operar siempre y cuando esté controlada. Si cicatriza mal, tiene alguna otra enfermedad, fuma, consume drogas como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontaneo o prolongado coménteselo al cirujano plástico.

Debe suspenderse todas las drogas que aumenten el sangrado tales como la aspirina, antiinflamatorios, vitamina E, omega 3, ginko biloba y otras medicaciones naturistas.

Los fumadores deben dejar de fumar completamente al menos 2 semanas antes de la cirugía, para evitar complicaciones.

Mamopexia, pexia mamaria

Debe tener muy claro el volumen que desea en los senos y la presencia de las cicatrices. El Cirujano Plástico evaluará el estado de salud, antecedentes médicos de importancia y valorará los senos.

Comentar todas las expectativas que tiene con respecto a la cirugía con el cirujano plástico y él orientara acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener. Si usted fuma, consume drogas como aspirina, antiinflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontaneo o prolongado coménteselo a su médico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía.

El consumo de cigarrillo o de corticoesteroides puede disminuir la vascularización de la piel favoreciendo que esta sufra o incluso que la piel no tenga buena circulación y se necrose, es decir, que se muere de la piel tornándose de negra. Es por esto importante suspender el cigarrillo y los corticoesteroides 2 semanas antes de esta, si estos últimos no los puede suspender o disminuir su dosis es mejor posponer la cirugía.

Mamoplastia de reducción, Reducción mamaria

Debe tener muy claro el volumen que desea en sus senos y la presencia de sus cicatrices. Debe tener claro que la reducción de tamaño se ve limitada por el riesgo de alterar la irrigación del pezón. Por otra parte, la reducción del seno disminuye el tamaño de la copa del sostén más no el contorno. En otras palabras, se espera que de una copa D pase a una B.

El Cirujano Plástico evaluará el estado de salud, sus antecedentes médicos de importancia y valorará los senos. Comente todas las expectativas que tiene con respecto a la cirugía con su cirujano plástico y él le orientara acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener. Si usted fuma, consume drogas como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontaneo o prolongado coménteselo a su médico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía.

El consumo de cigarrillo o de corticoesteroides puede disminuir la vascularización de la piel favoreciendo que esta sufra o incluso que la piel no tenga buena circulación y se necrose, es decir, que se muere de la piel tornándose de negra. Es por esto importante que suspenda el cigarrillo y los corticoesteroides 2 semanas antes de esta, si estos últimos no los puede suspender o disminuir su dosis es mejor posponer la cirugía.

Mamoplastia de aumento, Implantes mamarios, Prótesis de senos

El Cirujano Plástico evaluará el estado de salud, antecedentes médicos de importancia y valorará los senos para explicar las opciones disponibles y permitir la elección en cuanto a vía de abordaje quirúrgico, tamaño y forma deseada.

Si los senos están muy caídos se puede ofrecer la opción de levantarlos (ver pexia mamaria). Comente todas las expectativas que tiene con el cirujano, él le orientara acerca de la mejor opción, alternativas, limitaciones, riesgos y cuidados que debe tener.

Si fuma, consume drogas como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontáneo o prolongado coménteselo al cirujano plástico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía. También debe comentar si ha tenido problemas urológicos como infecciones urinarias pues estas pueden afectar las prótesis.

Lipectomia abdominal, Abdominoplastia.

Lipoescultura, lipectomia por aspiracion, lipolisis, lipoclasia.

Es importante informar al Cirujano Plástico sobre el uso medicamentos (anticonceptivos, aspirina etc.), así mismo sobre enfermedades (flebitis en las piernas, desordenes digestivos, estados gripales recientes etc.), que puedan influir en el procedimiento. Si ha decidido operarse, el cirujano plástico le dará una serie de instrucciones prequirúrgicas acerca de las comidas que debe consumir, evitar bebidas alcohólicas y algunas drogas. Si fuma evítelo por lo menos 2 semanas antes de la cirugía. No se debe exponer antes y después de la cirugía al sol pues este favorece la inflamación y la acumulación de pigmento en la cicatriz.

Se debe tener claro que la flacidez de la piel no mejora con la cirugía por lo cual es posible que presente posteriores accesos de pies.

Gluteoplastia, Prótesis glúteas, Aumento Glúteo

El Cirujano Plástico evaluará su estado de salud, antecedentes médicos de importancia y valorará la antropometría de los glúteos para explicar las opciones disponibles y permitir la elección en cuanto a tamaño y forma deseada.

Si fuma, consume drogas como aspirina, anti-inflamatorios, vitamina E, corticoesteroides o presenta sangrado espontáneo o prolongado coménteselo a su cirujano plástico, es importante para evitar complicaciones en la cirugía.¹⁹

8. PRESENTACIÓN DE LA CATEGORÍA

Según cifras de La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica (SCCP), en Colombia se realizan anualmente más de 300 mil cirugías plásticas y existen más de 800 clínicas especializadas en todo el país. En Cali se encuentran 40 clínicas legales donde son operadas unas 43.000 personas cada año de las cuales todas son mujeres²⁰. Entre las cirugías mas realizadas tenemos²¹:

19 <http://www.cirugiaplastica.org.co/cirugias/tipo-de-cirugia/listado-de-cirugias.html>

20 Iverson RE, Lynch DJ; American Society of Plastic Surgeons Committee on Patient Safety. Practice advisory on liposuction. *Plast Reconstr Surg* 2004;113(5):1478-90

21 <http://www.cromos.com.co/estilo-de-vida/cuidado-personal/articulo-142299-el-top-10-de-cirugias-plasticas-mas-solicitadas-mujer>

Cirugía de aumento de senos (Mamoplastia de aumento) es una de las cirugías más demandadas en el mundo y en Colombia una de las más realizadas, no existe edad ideal para aumentar el busto.

Lipoescultura es el segundo procedimiento quirúrgico más popular y demandado entre las mujeres en Colombia, para moldear y dar forma al cuerpo.

Cirugía de nariz (Rinoplastia) es uno de los procedimientos quirúrgicos más solicitados en el mundo, pero también uno de los más complejos debido a la técnica y a la precisión que se debe tener para no perjudicar al paciente.

Lipectomía o Lipoabdominoplastia esta cirugía es muy popular entre las mujeres que hayan tenido hijos y que ya no deseen tener más.

Lipoinyección glútea este proceso quirúrgico es puntualmente Lipoinyección glútea es aquella en la que se aumenta el tamaño de la cola con la misma grasa del paciente,

Cirugía de parpado (Blefaroplastia) esta cirugía se ha hecho popular ya que aunque a simple vista parecería una cirugía para rejuvenecer el rostro a causa del paso de la edad.

Elevación de las cejas (Frontoplastia) este procedimiento consiste en elevar la frente para darle al rostro un toque mucho más juvenil y para corregir las cejas caídas.

Rejuvenecimiento facial esta es la suma de diferentes cirugías que se practican sobre el rostro y el cuello para rejuvenecer el aspecto del paciente;

Rejuvenecimiento vaginal es la intervención quirúrgica para mejorar y rejuvenecer la apariencia de los genitales externos, la demanda de este tipo de cirugía es debido a: postparto vaginal, herencia o por perdida dramática de peso.

Las orejas son un punto dramático no solo para las mujeres sino para la mayoría de las personas, esta cirugía a diferencia de las demás se puede practicar desde los 6 años de edad.

Rank	Procedimientos quirúrgicos	Total
1	Liposucción	1,268,287
2	Aumento de senos	1,205,251
3	Blefaroplastia	703,610
4	Abdominoplastia	553,399
5	Rinoplastia	478,023

TABLA1. Ranquin procedimientos quirúrgicos

9. ANÁLISIS DEL SECTOR

9.1 REFERENTE HISTÓRICO DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS EN COLOMBIA

Desde que aparecieron las cirugías estéticas, muchas personas han tenido la oportunidad de mejorar su aspecto físico de manera fácil y rápida; muchas personas no les importan los costos que implican dichas operaciones. Este fenómeno ha tomado bastante fuerza en los últimos años.²²

La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica (SCCP) afirma que cada año aumentan las intervenciones estéticas, en la última década ha aumentado hasta un 70%. Además, los costos son más bajos comparado con EEUU. En Norteamérica, una cirugía de nariz cuesta ocho mil dólares, mientras que en Colombia puede costar la mitad.

Este fenómeno ocurre desde los años 90, cuando el narcotráfico invadía el país, los “narco-dólares” permitieron que muchas mujeres tuvieran fácil acceso a las cirugías estéticas, desde allí se inicio una alta demanda generando una mejor calidad del servicio a precios bajos.

Esta obsesión por la perfección de los cuerpos pone hoy a Colombia en el “top” de la cirugía estética en el mundo, extendiéndose a todos los géneros, razas y estratos sociales de este país; contando con un gran desarrollo en el mercado, en el que trabajan más de

²² veintemundos.magazines;16 reportaje

setecientos cirujanos especialistas. El Doctor Edilson Machabajoy López afirma que las motivaciones para someterse a una cirugía plástica se relacionan con lograr un valor agregado. “Muchas veces quieren recuperar una relación amorosa o conseguir un mejor trabajo. Sin embargo, son falsas ilusiones. Los resultados de la cirugía pueden traer problemas psicológicos y resultados poco satisfactorios por el paciente”.²³

La misma cultura colombiana ha creado una especie de familiaridad y confianza para someterse a las cirugías estéticas. No solamente por la facilidad en los precios, sino por el culto al cuerpo ideal.

El valor de una operación en Colombia está entre 20% y 80% más barata que en otros países. Además, las agencias de turismo locales incluyen como extras: el billete de avión, alojamiento y excursiones guiadas por diversos lugares típicos del país.

Según el último informe publicado por la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco Valle, (2010), a la ciudad llegaron 14.400 pacientes extranjeros, cuyos deseos no eran aumentar el tamaño de sus atractivos, sino también, perfilar sus formas.

En el 2010 el primer y segundo lugar a nivel mundial lo ocupaban la reducción y aumento de senos. Mientras que en el sexto nivel aparecía el aumento de glúteos.

Los promedios manejados por algunos médicos de la ciudad y consolidados por Fenalco, dan cuenta que la solicitud de cirugías es relativamente inversa a la edad. El 60% de las mujeres intervenidas están en el rango de edad de los 18 a

²³ <http://lewebpedagogique.com/amartinesp/files/2011/11/El-boom-del-bistur%C3%AD-Terminale.pdf>

los 35 años; el 30%, entre los 35 y 45 años y sólo un 10% alcanza los 55 años. La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS) publicó los resultados del tercer análisis estadístico anual: Estudio Global de Procedimientos de Cirugía Estética - Cosméticos realizados en 2011.

“Según las estadísticas del estudio, durante el 2011 en Colombia se realizaron 211,879 cirugías plásticas, lo que representa el 3,3%, y 159,629 procedimientos no quirúrgicos, representado en el 2.5%”, explicó Lina Triana, Cirujana Plástica y Secretaria a nivel mundial de la ISAPS.²⁴

En los últimos diez años, Colombia aparece entre los países en donde se realizan más procedimientos estéticos. En Latinoamérica ocupa el tercer lugar y cuarto en América, lo que ubica al país a nivel mundial en el puesto número ¹⁵.

Según lo señalan en el boletín de estadísticas sectoriales, dirigido al sector de Belleza (2012), dentro de las principales ventajas se encuentra:²⁵

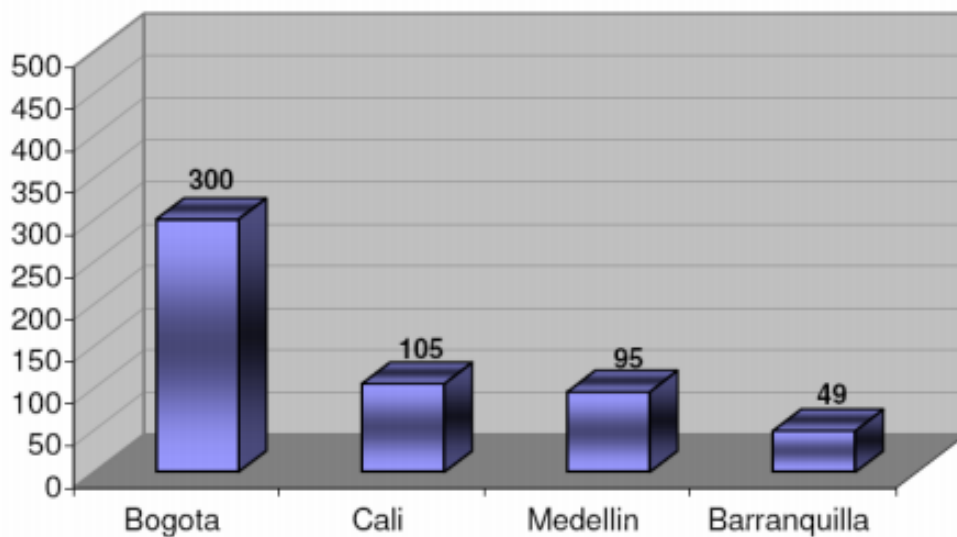
24 Lina Triana, fiscal de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirugias-plasticas

25 <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/487/5/TG00718.pdf>

- El precio de las operaciones estéticas en Colombia se encuentran entre un 20 y 80 por ciento más bajos que en otros países, entre cirujanos pares.
- Especialistas que cuentan con un gran prestigio
- Infraestructura que cumple estándares elevados de calidad
- Crecimiento de servicios complementarios han permitido hacer un conjunto que permite ofrecer servicios integrales a los pacientes.

Grafico 1. Información general servicios dirigidos a lo estético

- Existen entre 650 y 700 cirujano avalados por sociedades que se encargan de hacer un estudio minucioso garantizando su calidad y buen nombre.



Numero de cirujanos plásticos en las principales ciudades del país

9.2 AMBIENTE COMPETITIVO DEL SECTOR

9.2.1 LAS EMPRESAS QUE COMPITEN EN LA CATEGORIA

Como se mencionó anteriormente en imagen de marca, en esta investigación de mercado, compiten personas, es decir, un médico especialista, quien con su nombre, estudio, experiencia, calidad y valor agregado le vende al cliente un servicio. Para ellos hemos elegido algunos especialistas de Cali:

Dr. Walther González Espinosa, Cirujano Plástico, Miembro Sociedad Colombiana de Cirujanos Plásticos, fundador de Colegio de Cirujanos Plásticos, miembro de la Sociedad Brasileira de Cirujanos Plásticos. Ofrece sus servicios en Clínica Medicenter ofrece paquetes de cirugía, donde va incluido cirugía plástica y estética, tratamiento laser, obesidad, SPA, alimentación y hospedaje; adicional descuentos especiales en la consulta.²⁶

Dr. Álvaro Arana, cirujano plástico estética reconstructiva maxilofacial, Egresado de la Universidad del Valle en la ciudad de Cali - Colombia en Medicina General, Egresado del Hospital de Ipanema Clínica Ivo Pitanguy de la ciudad de Río de Janeiro Brasil en Cirugía Plastica,Reconstructiva,Estética y Máxilofacial, una

²⁶ <http://www.clinicamedicenter.com/profesionales.php>

experiencia de 17 años el área de cirugía plástica, le han permitido realizar más de 15.000 (quince mil) procedimientos exitosos, muchos de ellos reconocidos en el mundo de la ciencia médica. Ofrece sus servicios en Clínica Interplástica ofrece un grupo de Cirujanos Plásticos, Anestesiólogos, Internistas, Infectólogos, Endocrinólogos, Enfermeras, Psicólogos, Nutricionistas y Cosmiatras; adicional cuatro quirófanos dotados con la más alta tecnología, salas de recuperación, suites de hospitalización para corta y mediana estancia, nueve consultorios acondicionados para atender las necesidades de los pacientes.²⁷

Dr. Carlos Triana Cirujano Plástico especializado en La Pontificia Universidad Católica y la Clínica Ivo Pitanguy de Brasil, con más de 20 años de experiencia, pionero en la región en el uso de la tecnología láser para los procedimientos faciales y corporales, ha realizado aproximadamente más de 25.000 cirugías estéticas de todo tipo. Ofrece sus servicios en Corpus & Rostrum²⁸

Dr. Jaime Roberto Arias González, Médico Cirujano Universidad Nacional de Colombia, Cirujano Plástico, Estético, Maxilofacial y de la Mano. Universidad de Antioquia, Especialización en Docencia Universitaria. Universidad del Valle, Cali. Miembro de Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Miembro Fundador y Presidente Colegio de Cirujanos Plásticos del Valle, Presidente Seccional Sur Occidente Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica. Ofrece sus servicios en Centro Quirúrgico de la Belleza CQB cuenta con 4 quirófanos con los más modernos equipos, 2 salas de recepción y un área hospitalaria, amobladas con

²⁷ <http://alvaroarana.com/>

²⁸ <http://www.doctortriana.com/corpusyRostrum.html>

camas eléctricas especiales para el confort posquirúrgico inmediato, y equipadas con oxígeno y aire acondicionado central; adicional cuenta con convenios con hoteles y hostales. También ofrece transporte aeropuerto-hotel-aeropuerto y servicio de acompañamiento auxiliar de enfermería.²⁹

Dr. Alfredo Paredes. Médico cirujano Universidad del Valle de Cali, Colombia, Cirujano Plástico Sao Pablo, Brasil, Miembro de Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Cirugía Plástica y Estética con altos niveles científicos y técnicos, con estándares de calidad en cirugía y en seguridad ambulatoria u hospitalizada, con un selecto equipo médico pendiente de usted las 24 horas. Más de 15 años de experiencia realizando cirugía plástica con seguridad, destreza y confiabilidad. Ofrece sus servicios en CDC Centro Dermatológico de Cali y Especialidades Quirúrgicas Afines, cuenta con droguería, productos dermatológicos y dermocosméticos, soporte quirúrgico y administración, áreas para terapia láser y ultravioleta, zona de cirugía ambulatoria con 3 quirófanos, 2 salas de cirugía menor, cuya moderna dotación constituye una garantía donde la seguridad del paciente es nuestra prioridad.³⁰

29<http://www.cqbelleza.com/es/cirujanos-plasticos/dr-jaime-roberto-arias-gonzalez.html>

30http://www.cdcderma.com.co/info_cdcderma.cfm?esp&m_id=5&Especialidad=33

Dr. Carlos Alberto Ríos, Médico y Cirujano Universidad Libre, Cali. Cirugía General, Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva subespecialidad en Cirugía Reconstructiva de la Mano Río de Janeiro, Brasil, miembro de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva, Ofrece sus servicios en Picasso un sitio que se diferencia por sus altos estándares de calidad, en infraestructura física, equipos médicos con tecnología avanzada, personal médico y paramédico ampliamente calificado en cada una de sus áreas. Adicional ofrece los servicios de quirófano, cámara hiperbarica y laboratorio. Especialista en retiro de biopolímeros.

9.2.1.1 ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR (BENCHMARKING)

Este análisis fue hecho de forma subjetiva teniendo en cuenta los juicios y valores que tenemos sobre las marcas evaluadas; de acuerdo con los resultados obtenidos en la Matriz se puede concluir que el médico más competitivo es Jaime Roberto Arias González y Alfredo Paredes con una puntuación de 3,6 y 3,0 respectivamente.

TABLA 2. Análisis comparativo del sector (benchmarking)

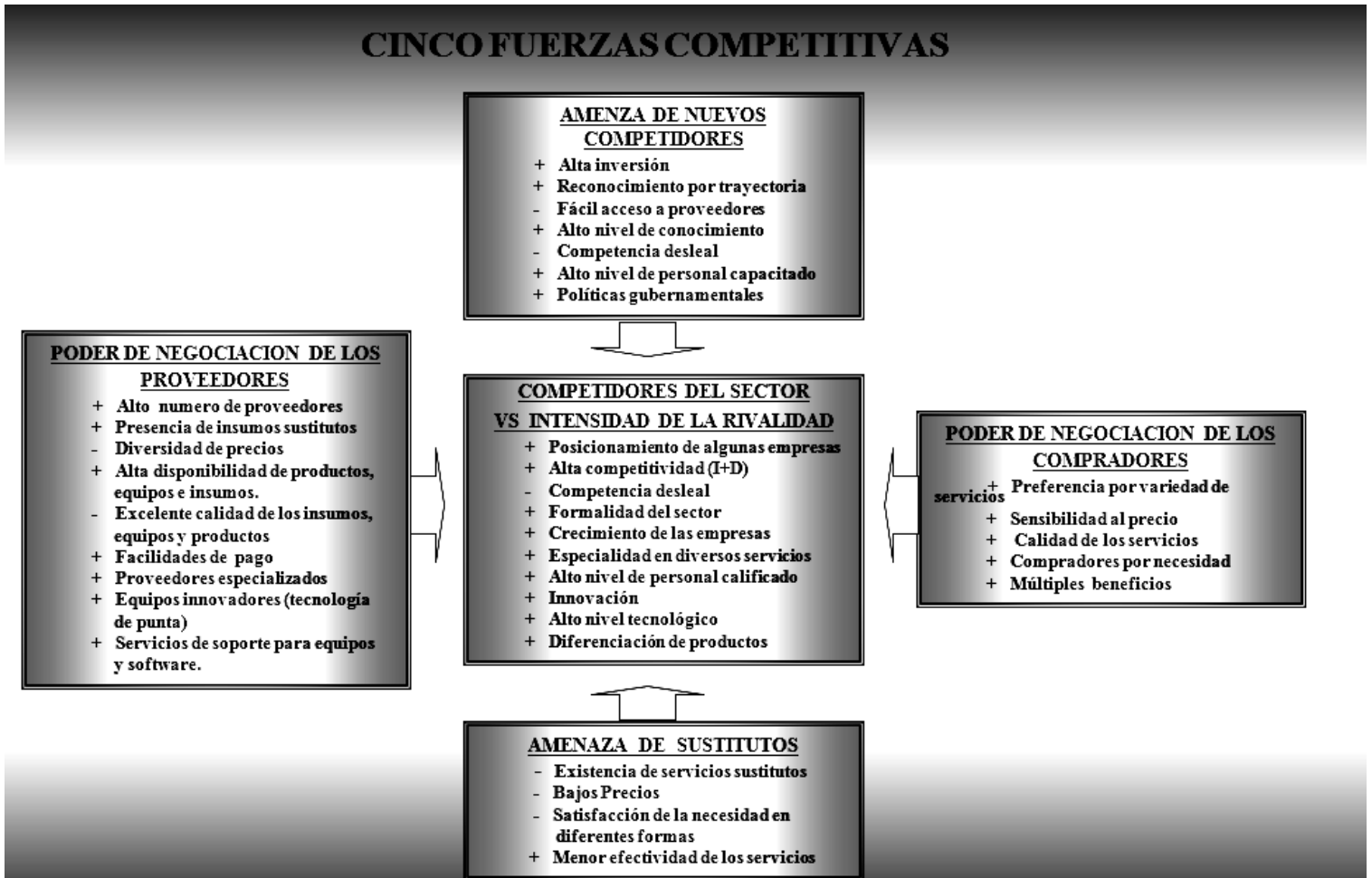
Se puede destacar que Arias González ofrece buenos resultados y aprobación por sus clientes mientras que Paredes ofrece mejor servicio al cliente.

Factores Clave	Ponderación	Dr. Walther González Espinosa,	Dr. Alvaro Arana,	Dr. Carlos Triana	Dr. Jaime Roberto Arias González	Dr. Alfredo Paredes	Dr. Carlos Alberto Ríos
Experiencia	20%	3,0	2,0	3,0	4,0	3,0	3,0
Servicio al Cliente	20%	2,0	1,0	2,0	3,0	4,0	3,0
Precio	20%	3,0	4,0	2,0	3,0	1,0	1,0
Resultados	20%	1,0	1,0	2,0	4,0	4,0	3,0
Aprobación	20%	2,0	1,0	3,0	4,0	3,0	1,0
EXLENTE	4	BUENO	3	REGULAR	2	MALO	1
Resultados							
Experiencia	20%	0,6	0,4	0,6	0,8	0,6	0,6
Servicio al Cliente	20%	0,4	0,2	0,4	0,6	0,8	0,6
Precio	20%	0,6	0,8	0,4	0,6	0,2	0,2
Resultados	20%	0,2	0,2	0,4	0,8	0,8	0,6
Aprobación	20%	0,4	0,2	0,6	0,8	0,6	0,2
RESULTADOS	100%	2,2	1,8	2,4	3,6	3,0	2,2

Paredes saca ventaja en el precio, ya que es excelente respecto a Arias González, para Arias es una de sus debilidades.

9.2.2 LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR

Gráfico 2. Cinco fuerzas competitivas



El modelo de las Cinco Fuerzas de la Competencia amplía el análisis del Marco Sectorial, ya que ahora se deben realizar investigaciones más amplias para identificar a los competidores, presentes y en potencia, además de detectar a los posibles nuevos usuarios de los servicios.

9.2.2.1 PODER DE LOS COMPRADORES

Los cirujanos no tiene un gran poder de negociación en la compra de los productos ya que ellos cobran un porcentaje muy amplio sobre cada procedimiento, de este modo se cubre el costo del producto. Las intervenciones estéticas quirúrgicas aparecen como una nueva forma de inversión que ha incrementado su oferta como consecuencia de la gran demanda de los últimos años. Prueba del valor que ha adquirido este tipo de cirugía es que para calcular la inflación, ahora el Gobierno también la incluye como producto de consumo. Los expertos han observado que los clientes de cirugía son, en gran medida, personas solteras que se retocan con el objetivo de encontrar pareja y también, individuos maduros que se preocupan especialmente cuando llegan a los 40 ó 50 años. El perfil de los consumidores ha cambiado: ya no sólo son las mujeres las que se operan para incrementar su atractivo y autoestima, sino que también lo hacen los hombres y cada vez en mayor medida. A su vez, dentro del sector masculino, ha habido cambios en las zonas corporales que se desean operar: antes el objetivo era eliminar las arrugas del rostro y ahora se preocupan más por el resto del cuerpo.

9.2.2.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

El mercado de la cirugía plástica estética no se presentan economías de escala que llegaran a afectar la entrada de nuevos cirujanos para apoderarse de una porción del mercado. Respecto a la diferenciación de producto algunos cirujanos plásticos han diferenciado sus servicios por la calidad del proceso, lo que dificulta medianamente la entrada de nuevos cirujanos plásticos. En cuanto a la inversión de capital no se considera como una barrera de entrada ya que cuentan con crédito fácil a través de SCCP, sin embargo la entrada con clínicas propias podría afectar significativamente; por otro lado los canales de distribución son creados directamente por el cirujano y el cliente a un bajo costo.

En el mercado de la cirugía plástica estética en Cali en los últimos años ha atraído muchos competidores tanto nacionales como internacionales, sea dado apertura a nuevas clínicas a lo largo de la ciudad que cuentan con SPA's que ofrecen tratamientos para adelgazar, cuidado de piel y demás. Sin embargo a pesar que han ingresado nuevos competidores, los cirujanos que ya están posesionados en el mercado siguen marcando la diferencia.

9.2.2.3 PODER DE LOS PROVEEDORES

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente³¹ es por ello que no es posible llegar a un acuerdo en precios según la ISAPS, aquí se evidencia que tan fuerte es la posición del cirujano si hay muchos potenciales o si existe un monopolio. Los cirujanos para ejercer presión sobre el cliente y sus instituciones actuantes, se enfocan en la elevación de los precios y la reducción de la calidad de sus productos. Los proveedores de insumos médicos, productos farmacéuticos y equipos médicos ejercen presión mediante la elevación de precios principalmente cuando se saben ellos que tienen productos exclusivos, esto quiere decir que son únicos representantes de dichos productos.

9.2.2.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS

En la actualidad existen en el mercado una gran cantidad de servicios que son catalogados por los consumidores como sustitutos de las cirugías estéticas. Entre ellos podemos encontrar los SPA quienes ofrecen servicios, con diferentes

31PORTER, Michael E, Ser Competitivos, Harvard Business Schooll Press, Ediciones Deusto, 2003

mecanismos para la belleza del ser humano. Dentro de estos servicios se encuentran la limpieza facial profunda, limpieza profunda de Acné, hidratación, oxigenación, contorno de ojos, mascarilla nutritiva, peeling químico, Capsula reafirmante y nutritiva, Doble hidratación, Masaje pos-cirugía facial y la microdermoabrasión, todos estos son tratamientos faciales con el fin de desvanecer arrugas, eliminar impurezas, hidratar la piel y así obtener resultados positivos faciales, los cuales no solo se encuentran en una cirugía sino en este tipo de espacios. De esta misma forma encontramos a los especialistas en dermatología, quienes son los encargados de estudiar la piel, con ellos también encontramos los servicios nombrados anteriormente.

Otros servicios que ofrecen los SPA para el resto del cuerpo son las mesoterapias, un tratamiento basado en la reducción de la celulitis, adiposidades localizadas y arrugas. La mesoterapia se utiliza, del mismo modo, para tratar otras afecciones y como tratamiento estético en diferentes procedimientos; por ejemplo: cicatrices, acné, psoriasis, vitíligo, pecas, flacidez, estrías, pérdida del cabello, alteración metabólica de la grasa, grasa localizada, enfermedades del sistema vascular periférico y úlcera de pierna.

La Chocولاتerapia es un tratamiento drenante y anti-celulítico, además retrasa el envejecimiento de la piel y actúa como antidepresivo y antiansiedad en el sistema nervioso.

Fangoterapia es un tratamiento en el que se utiliza barro en el rostro y aplicarlo en el resto del cuerpo, borra el acné y la celulitis, los signos de envejecimiento y otras tantas patologías de la piel demostrando que lo natural es lo mejor que puede haber.

Suave brisa, es un procedimiento de moldeamiento corporal basado en procesos cortos, precisos y suficientes, no requiere hospitalización, el paciente está

despierto durante la cirugía, no genera incapacidad y no requiere anestesia general, peridural ni raquídea y aunque es un procedimiento sencillo requiere de un ambiente quirúrgico para su realización, nadie está autorizado para realizarlo en consultorios médicos, centros de estética o Spa.

Suave Brisa Lipoescultura es una técnica exclusiva de JB Group, que combina la fórmula adecuada para moldear el cuerpo, sin los riesgos y complicaciones de la lipoescultura tradicional.

Otro producto o servicio, menos costoso, pero que requiere mucho más tiempo es el gimnasio o en sí el ejercicio que realiza el ser humano para obtener un excelente físico, además de existir productos como quemadores y proteínas que aceleran el proceso de la belleza, es decir, a diferencia de la cirugía estética, es un resultado que se obtiene con mucho esfuerzo y dedicación, pero con menos riesgos y sin el paso por una clínica.

Según lo mencionado anteriormente se puede concluir que las cirugías estéticas tienen una alta competencia, pues los otros productos o servicios sustitutos son más económicos, ya que hay muchas otras alternativas para obtener beneficios físicos, la gran diferencia es que los resultados de estos productos se ven a largo plazo, lo que no ocurre con la cirugía, pues los resultados son inmediatos pero mucho más costosos.

9.2.2.5 RIVALIDAD E INTENSIDAD DEL SECTOR

En este sector de las cirugías estéticas la rivalidad es alta e intensa debido a que la competencia también lo es. Ya que se encuentran muchos servicios y productos sustitutos y además una variedad de clínicas y doctores lo que significa que deben

existir diferentes estrategias de mercadeo para captar la atención del cliente y así poder ser competitivos.

El mercado de las cirugías estéticas, es muy competitivo y muy fuerte, cada vez aumentan más los clientes, es decir, ya no solo son las mujeres quienes prefieren este tipo de tratamientos, ahora también son los hombres, por lo que los mercadólogos ya no solo deben enfocar la belleza en la mujer sino también dirigirla a este nuevo género.

La competencia de este mercado en Colombia, frente a los demás países es fuerte. El estudio anual de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética ubicó a EE.UU. como líder mundial en estos procedimientos, seguido por Brasil y China. Colombia aparece en el puesto once, dentro de los países líderes.

La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS) publicó los resultados del tercer análisis estadístico anual: Estudio Global de Procedimientos de Cirugía Estética - Cosméticos realizados en 2011.

“Según las estadísticas del estudio, durante el 2011 en Colombia se realizaron 211,879 cirugías plásticas, lo que representa el 3,3%, y 159,629 procedimientos no quirúrgicos, representado en el 2.5%”, explicó Lina Triana, Cirujana Plástica y Secretaria a nivel mundial de la ISAPS.³² Esto son cifras significativas, demuestran que el país cada vez es más fuerte frente a su competencia, es decir, a medida que pasa el tiempo, Colombia ha ganado más clientes potenciales, pues se ha enfocado en la competencia de precios bajos y calidad de cirujanos frente a los demás países, logrando atraer una cantidad de extranjeros que hoy prefieren estar en Colombia realizándose sus cirugías que en su país de origen.

³² <http://www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirugias-plasticas>

Para concluir se puede decir que la rivalidad en este sector es demasiado intensa debido a la alta competencia que presenta el mismo y más aún por las similitudes que tienen otros países y otros productos sustitutos que son mas económicos, pues normalmente el valor diferencial que tienen entre si además de algunas pequeñas características, es también el bajo riesgo o miedo a una cirugía, que muchos pacientes no logran dejar a un lado.

10. ANÁLISIS DE LOS COMPRADORES Y LOS CONSUMIDORES

10.1 ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?

A medida que pasa el tiempo, se encuentran en el mundo diferentes opciones y alternativas que se acomodan a las necesidades del consumidor, así mismo, el consumidor ha generado en el mundo cambios, cambios que cada producto o servicio debe tener en cuenta para reaccionar ante ellos y así poder brindarle la satisfacción que ellos quieren y merecen.

Los productos y servicios cada vez son más complejos y diferentes para cada necesidad, por lo que los mercadólogos han necesitado evolucionar al mismo ritmo que se han producido dichos cambios, para así poder crear estrategias innovadoras y eficaces de marketing, y de este modo poder dar a conocer, promocionar y distribuir los productos de la mejor manera posible para lograr satisfacer las necesidades y deseos de los diferentes consumidores.

Los clientes de las cirugías estéticas varían en diferentes sentidos; según las necesidades, el poder adquisitivo de cada uno, género, edad, etc., es decir, se definen tipos concretos de clientes: por ejemplo, desde un cliente joven, con pocos ingresos, que se opera para lograr mayor atractivo, hasta el consumidor maduro,

de clase alta que se hace retoques para retrasar el envejecimiento. Son segmentos muy diferentes, pero con unas necesidades que quieren satisfacer.

En la actualidad el crecimiento de clientes frente a este mercado ha sido notorio, en Colombia, por ejemplo, cada vez son más los extranjeros que llegan para una cirugía. Más de 180.000 cirugías plásticas y 50.000 procedimientos estéticos se practicaron el año pasado en Colombia, de los cuales el 35 por ciento fue a pacientes de Estados Unidos, Canadá, España, Francia e Italia y algunos países de Centro y Suramérica y el Caribe³³. Esto significa que la belleza y la salud se han convertido en una tendencia, que ha logrado aumentar las ventas en este sector y lo que hace este mercado cada vez más fuerte.

Por esta razón, los clientes para este mercado son todos los hombres y mujeres, los cuales su físico es muy importante, pues esto afecta directamente su ego y autoestima y de cierta forma, los hace sentir más confiados de sí mismos y les brinda la felicidad que alguna vez habían dejado a un lado por algún complejo.

Los clientes ya no sólo compran bienes materiales o alimentos, sino que también paga un precio por su belleza y asume que los resultados que se obtienen por medio de la cirugía son para toda la vida, ya sea para bien o para mal.

El consumo es una acción social, es decir, varios individuos reaccionan ante el acto de compra y le dan un sentido personal. Para Weber (1995: 47), la acción social se puede comprender de acuerdo a cuatro criterios: su finalidad racional, su valoración racional, su carga emocional y su tradición. Por tanto, cuando una persona consume no sólo atiende a sus necesidades y deseos, sino también a sus

³³ <http://alo.co/salud-y-bienestar/colombia-pais-en-donde-se-hacen-muchas-cirugias-esteticas>

hábitos, sus costumbres, los objetivos que persigue, la utilidad, etc. En cualquier caso, las acciones siempre persiguen una finalidad deseada de forma subjetiva por cada uno, aunque también pueden tener resultados imprevistos.

En el mercado de la estética, los demandantes comparten la necesidad de cambiar su aspecto físico y de esa manera, componen un segmento estratégico que da como resultado el mercado de referencia y segmento objetivo al que deben dirigirse las empresas que ofrecen estos servicios de belleza para garantizar que sus mensajes puedan llegar a la mayoría de sus clientes potenciales y tengan éxito.

10.2 ¿QUE COMPRAN Y COMO LO COMPRAN?

Desde siempre, la belleza se ha identificado con la perfección, tanto a nivel físico como espiritual, y además, está asociada a la juventud. Forma parte de la cultura, es decir, se ha aprendido socialmente, es una pauta de comportamiento. Algunas personas se niegan a aceptar el paso del tiempo y que éste se manifieste en su apariencia física, y así, muchas de las actividades que hacen diariamente tienen como fin retrasarlo. Por esta razón se puede concluir, que los clientes compran, belleza, satisfacción, ego, autoestima, etc., todo con el fin de un crecimiento físico y espiritual, que los llevara a vivir una experiencia única y placentera y de la cual solo ellos serán capaces de manejar y decidir si vuelven a estar bajo cirugía, buscando una perfección o si solo se quedan con un solo momento de “compra”. Hay un pequeño grupo de individuos que consideran que lo más importante en su vida es mostrar una imagen física atractiva que les proporcione el respeto e incluso la envidia de los que están a su alrededor. Son personas que se operan una y otra vez y, sin ser conscientes, entran en un círculo vicioso consumista del que no son capaces de salir y que les conduce a buscar cada vez más retoques

en el quirófano. Nunca satisfacen sus necesidades porque realmente no saben lo que buscan con cada intervención.

Para este tipo de servicio, el cliente antes de comprar, realiza un estudio exhaustivo entre las diferentes clínicas y médicos para así encontrar el perfil que más se adecue a cada uno y satisfaga la necesidad propia. Entre otras búsquedas está el manejo de los precios y de los paquetes que cada médico maneja frente a las necesidades que cada cliente necesita. Luego de mirar estas alternativas ya viene la comunicación con el médico frente a frente y donde se evalúa la salud y el estado físico del paciente, tomando las medidas y correcciones necesarias aplicadas por el experto y lo que quiere el paciente, después de esto ya se llega a la conclusión de cuál será el manejo de dietas y cuidados antes de la operación y después y ya es aquí donde se efectúa la compra. Esta es la forma en cómo se compra este servicio, a diferencia de todos los demás es el de mayor cuidado y riesgo, pues está en juego la vida del ser humano.

10.3 ¿CUANDO LO COMPRAN?

Después de que el paciente ha realizado toda una búsqueda de alternativas y ha encontrado el médico que cumple con las necesidades que él ha pedido, es cuando llega la decisión de compra. Para esto se encuentran diferentes pacientes.

Los expertos han observado que los clientes de cirugía son, en gran medida, personas solteras que se retocan con el objetivo de encontrar pareja y también, individuos maduros que se preocupan especialmente cuando llegan a los 40 ó 50 años.

La totalidad de los pacientes son mujeres, que se someten principalmente a aumentos de pecho y liposucciones, sobre todo, cuando empieza la primavera o se acerca el verano, que es cuando se muestra más el cuerpo. A estas dos intervenciones le siguen las de contorno de ojos, nariz y el lifting. Lo componen las mujeres de entre 20 y 50 años.

Los hombres también se operan, aunque en un porcentaje bastante menor: sólo lo hace de las orejas o la nariz, mientras que los más maduros se suelen centrar en los párpados y el abdomen. Además, están aumentando las intervenciones para reducir las arrugas y las bolsas de los ojos. El perfil de edad está en los 25 y los 40 años y son hombres con un nivel socioeconómico medio-alto.

Otra de las mayores preocupaciones masculinas es la calvicie, por lo que ya hay muchas clínicas que se dedican a hacer injertos.

Por otro lado, menos frecuente es la persona adicta a la cirugía, pero también existe. El individuo que pertenece a una clase social alta con un elevado poder adquisitivo y se mueve en un ambiente donde la apariencia física es fundamental tiene más probabilidades de convertirse en adicto al quirófano, en su “lucha” por ser el más atractivo de su grupo social y demostrar a los demás que tiene los medios a su alcance para conseguirlo.³⁴

10.4 ¿CUALES SON LAS RAZONES DE COMPRA?

El momento en el que un paciente toma la decisión de realizarse una cirugía estética depende de muchas razones: primero ocurre un encuentro entre la

³⁴ <http://laabubilla.blogspot.com/2007/12/el-perfil-del-consumidor-de-ciruga.html>

persona y su estado físico que le incomoda o le molesta y el cual lo lleva a tomar una decisión para corregir lo que no le gusta, después viene la búsqueda de médicos cirujanos que satisfagan esta necesidad, preguntarle a personas que ya hayan pasado por esta misma experiencia y así mirar si cabe dentro del presupuesto y decidir realizar la cirugía.

Esto también varía dependiendo del tipo de consumidor, algunos son adictos, otros lo hacen por moda y otros por necesidad de lograr un mayor beneficio para su físico, pues esto de cierta manera les aportara mayor seguridad y autoestima en su vida.

Cada día el ser humano es mucho más exigente con su físico por lo que, cada vez son más las cirugías que se inventan y se realizan para satisfacer estas necesidades. Los clientes se hacen sus cirugías por necesidad de sentirse y estar mejor, por ser aceptado en un círculo social y crecer espiritualmente.

10.5 ¿COMO SELECCIONAN Y POR QUE LO PREFERIEN?

Para seleccionar cada cirujano, depende de muchas variables, entre esas esta buscar que tan bueno y acreditado es el médico, hablar con él personalmente y mirar que tan cómodo se siente el paciente y después preguntar a personas que ya lo hayan hecho que tan bien les fue, para así llegar a una decisión.

Por lo general, la mayoría de las personas prefieren médicos reconocidos por la garantía y el respaldo, ya que les brinda seguridad, pues es la vida que está en riesgo así que para ellos es muy importante escoger quien realizara la operación.

A medida que pasan los años, el ser humano empieza a cambiar físicamente, ya sea por falta de ejercicio, por no cuidarse con los alimentos o tal vez por algún

accidente o enfermedad. Es aquí cuando empieza la búsqueda de alternativas para poder hacer cambios físicamente que te devuelvan tu belleza o que te mejoren físicamente.

Por lo general este tipo de cirugías estéticas las prefieren las mujeres, son ellas quienes se preocupan más por el físico y por mantenerse perfectas. El hombre antes no se preocupaba ni le interesaba este tipo de cosas, hoy en día, parece una competencia de quien puede estar más perfecto. La belleza siempre ha sido moda, pero cada vez esta se intensifica más. Por lo que el proceso de selección se vuelve complejo, porque estás jugando con tu vida y con el miedo de realmente quedar como quieres y deseas. Es decir, los pacientes como se nombró anteriormente logran concentrarse en una búsqueda de diferentes médicos y clínicas que aseguren que su belleza será como ellos lo piden y como desean que todos lo admiren.

11. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a los objetivos de la presente investigación, se utilizará la investigación tanto cualitativa como cuantitativa. Esto implica el uso de la investigación descriptiva, la cual consistente en conocer las situaciones y actitudes de los consumidores frente a el comportamiento de las cirugías estéticas.

De acuerdo a lo anterior, a lo largo de esta investigación se pretende dar respuestas a preguntas relacionadas con la percepción de los consumidores frente a las cirugías estéticas; las características o atributos a la que los consumidores les dan mayor valor; los precios que atraen al cliente, etc.

Por medio de toda la información que se obtuvo previamente (estudios pasados, revistas, internet, libros, profesionales, etc.) se quiere conocer la realidad de una manera más imparcial. Esto implica no solo la recolección de datos, sino también el análisis y la identificación de las relaciones que existen entre las diferentes variables por medio de las encuestas realizadas.

11.2 METODO DE INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados para esta investigación, fueron los cualitativos y cuantitativos. Los cualitativos por medio de investigaciones previas, sobre trabajos anteriores, publicaciones, historia y demás, y cuantitativo por medio de una encuesta, con el fin de hallar una conclusión, señalando verdades particulares contenidas en una situación en general.

De acuerdo a esto, se seleccionaron hipótesis utilizadas como una consecuencia, que se inicia desde lo general, con datos tomados como válidos, para llegar a una conclusión en particular. De esta manera se seleccionaron preguntas claves, buscando dar respuestas más específicas a los objetivos planteados.

11.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación cuenta con un propósito de estudio observacional, por medio de diferentes fuentes de información y por medio de las encuestas. Con una cronología de observaciones retrospectivas ya que se cuenta con datos recogidos anteriormente. Es medida

transversalmente, es decir, los individuos son observados y encuestados únicamente una vez.

Para las encuestas se realizara, diferentes tipos de preguntas las cuales irán ligadas a los objetivos y dirigidas al mercado meta.

Después de tener las encuestas listas, se tabularan y se hará un respectivo análisis, para obtener las respuestas buscadas y posibles conclusiones.

11.4 FUENTES Y TÉCNICAS UTILIZADAS

Fuentes primarias internas:

Las fuentes primarias internas es toda la información encontrada dentro de cada clínica estética, entre los diferentes datos que estas fuentes pueden proporcionar se encuentra:

Estadísticas: las cuales son información de tipo cuantitativo, sobre diferentes temas o aspectos como pueden ser del consumo, precio y salarios, encontradas en diferentes fuentes. Es decir, las promociones que realizan cada clínica, el manejo del presupuesto, los diferentes clientes en los que se enfocan, el manejo de las ventas, los nuevos servicios que se prestan, la publicidad, el manejo del personal, los precios que manejan, etc. Entre las fuentes se encuentra; la información de clínicas como el centro quirúrgico de la belleza y arte ciencia, experiencia y calidad (Dr. Triana), entre otros.

Fuentes secundarias externas:

Las fuentes externas secundarias se encuentran en el exterior de las entidades, en este caso fuera de las clínicas estéticas, es decir, la fuente de

información previamente elaborada por determinadas personas o entidades. Estas fuentes se dividen en:

Metodológicas:

Están compuestas por aquellos manuales, publicaciones, revistas y estudios, que aportaron mucho para la preparación y elaboración del proyecto, tales fuentes son: Técnicas quirúrgicas en cirugía, El País-noticias-conozca porque Cali sigue siendo silicona en Colombia, La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva y Centro Internacional de Restauración Neurológica, Rev. Cubana Cir 2007, revista colombiana de psiquiatría, 2001, entre otras.

Fuentes primarias externas

Las fuentes externas primarias se encuentran localizadas en la unidad básica de la información, como los consumidores ubicándose en el mercado, de donde se quiere obtener la información adecuada. Hay variedad de técnicas de recolección de información, unas más costosas que otros, ya que debe acudir a ellas cuando no se disponga de la información necesaria a través de otras. Un ejemplo de estos métodos son:

Personal: Preguntas uno a uno, sobre personas que se han encontrado en contacto con este medio de las cirugías estéticas, como doctores o pacientes.

Al consumidor final: pregunta por medio de encuestas o uno a uno.

Fuentes secundarias internas

Estas fuentes son de las que disponen las clínicas pero no son originadas por ellas mismas, sino que han sido elaboradas en un momento dado por alguien y están disponibles en la empresa. Como fuentes están: antiguos

estudios relacionados con el comportamiento de las cirugías estéticas en Cali, análisis del sector o en su defecto Euro monitor.

11.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Partiendo de que la muestra es un subconjunto de la población objetivo, en este caso, es la ciudad de Cali. Una muestra finita se calculara utilizando la siguiente fórmula matemática

$$N = \frac{Z^2 / \alpha \div 2 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

N: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza

P: población a favor

Q: Población en contra

e: margen de error

En esta investigación se maneja un Z (nivel de confianza) del 95%, del cual sale un e (margen de error) del 5%, P (población a favor) 90% y Q (población en contra) 10%:

$$N = \frac{1,96^2 * 0,90 * 0,10}{0,05^2}$$

$$N = 138,29 \approx 138$$

Dado este resultado el tamaño de la muestras para la investigación es de 138 encuestas.

12.MODELO DEL CUESTIONARIO

ENCUESTA PARA EVALUAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE CIRUJIAS ESTÉTICAS EN COLOMBIA

UNIVERSIDAD ICESI

Este estudio es dirigido por 2 estudiantes de Administración de empresas de la universidad Icesi, que buscan conocer el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Colombia.

**ENCUESTA PARA EVALUAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE CIRUJIAS ESTÉTICAS EN COLOMBIA
UNIVERSIDAD ICESI**

Este estudio es dirigido por 2 estudiantes de Administración de empresas de la universidad Icesi, que buscan conocer el comportamiento del mercado de cirugías estéticas en Colombia.

Nombre (opcional)

1. ¿Se ha realizado una cirugía estética?

SI NO

2. ¿Se realizaría alguna cirugía estética?

SI NO

3. Qué imagen o concepto tiene usted sobre las cirugías estéticas?

Son muy Costosa Ponen en riesgo innecesario la salud
 Ayuda a la salud mental Mejoran la autoestima

4. ¿Qué tipo de cirugía estaría dispuesto a realizarse? (Puede escoger más de una)

CARA

- Calvicie
- Cirugía de Nariz
- Cirugía de Orejas
- Cirugía de Párpados
- Rejuvenecimiento Facial
- Elevación cejas
- Toxina botulínica (Botox)

SENOS

- Cirugía reducción de senos
- Cirugía aumento de senos

OTRAS

- De la mano
- Aumento Glúteo
- Quemaduras

ABDOMEN

- Cirugía de abdomen
- Lipoescultura

5. En orden de importancia del 1 al 5, siendo 1, nada importante y 5 muy importante, cuál de los siguientes ítems tendría en cuenta a la hora de realizarse un procedimiento quirúrgico estético?

	1	2	3	4	5
Cirujano					
Precio					
Clínica					
Promoción					
Insumos					

6. Si decidiera realizarse una cirugía estética cuál de las siguientes motivaciones lo impulsaría en llevarla a cabo. Califique en orden de importancia así: 1 Nada Importante, 2 Poco Importante, 3 Importante, 4 Muy Importante

	1	2	3	4
Privilegio				
Original				
Admiración				
Exclusividad				
Autoestima				
Belleza				

7. ¿Qué beneficios considera que genera el realizarse un procedimiento quirúrgico?

8. ¿Edad?

___ 18 a 25 ___ 26 a 35 ___ 36 a 45 ___ 46 o mas

9. Estrato socio-económico

___1 ___2 ___3 ___4 ___5 ___6

10. ¿Ubicación de residencia?

___ Norte ___ Sur ___ Oriente ___ Occidente ___ Otro

11. ¿Ocupación?

___ Estudiante ___ Empleado ___ Independiente ___ Jubilado o pensionado ___ Otro

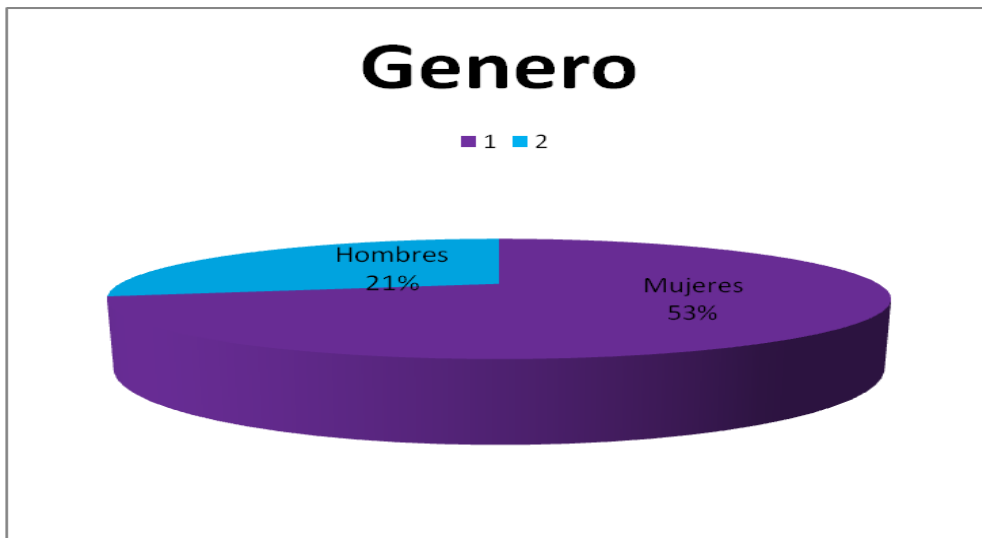
12. Nivel de ingresos familiar

___ Menos de un salario mínimo
 ___ 1.200.000 a 2.000.000
 ___ 2.000.000 a 3.500.000
 ___ 3.600.000 o mas

13. Qué estrategia utilizaría para financiar la cirugía estética?

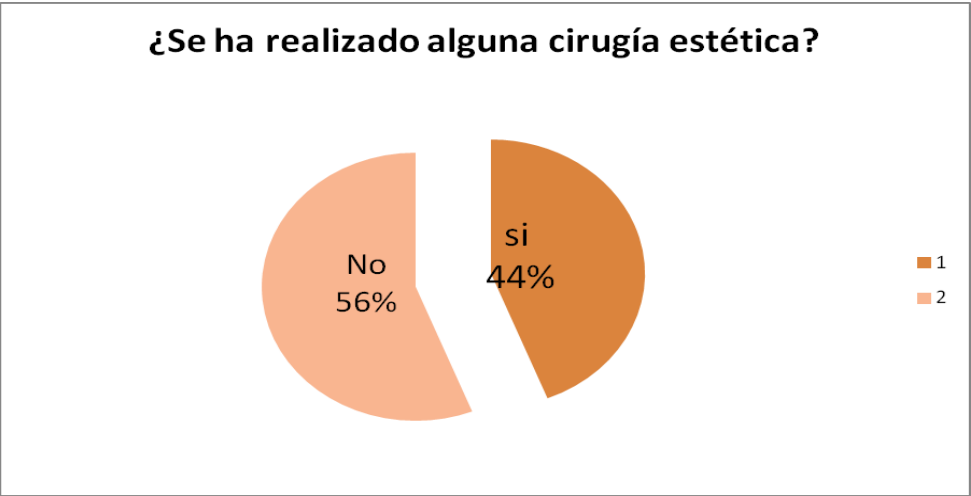
___ Crédito entidad financiera
 ___ Ahorros
 ___ Salario
 ___ Regalo

13. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA

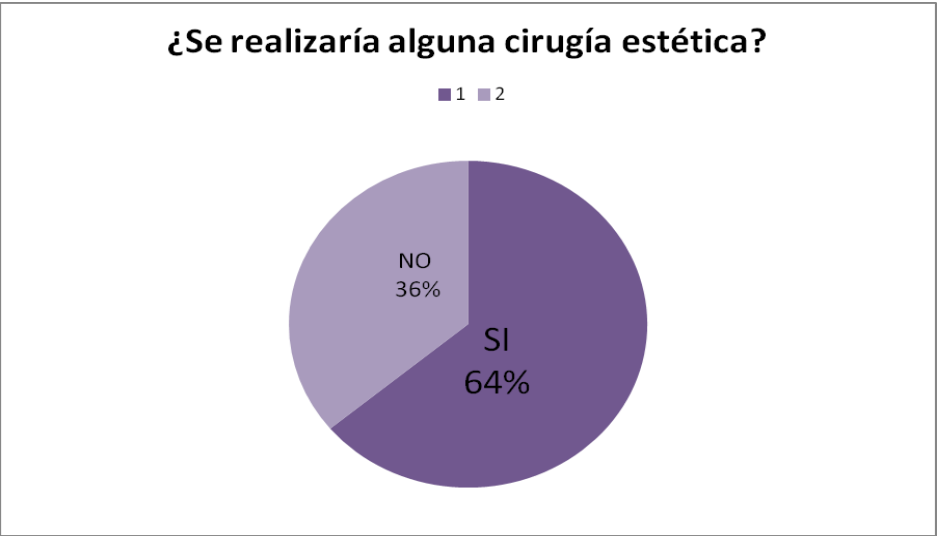


Para el desarrollo de la encuesta, se tomó una muestra de 135 personas, entre hombres y mujeres.

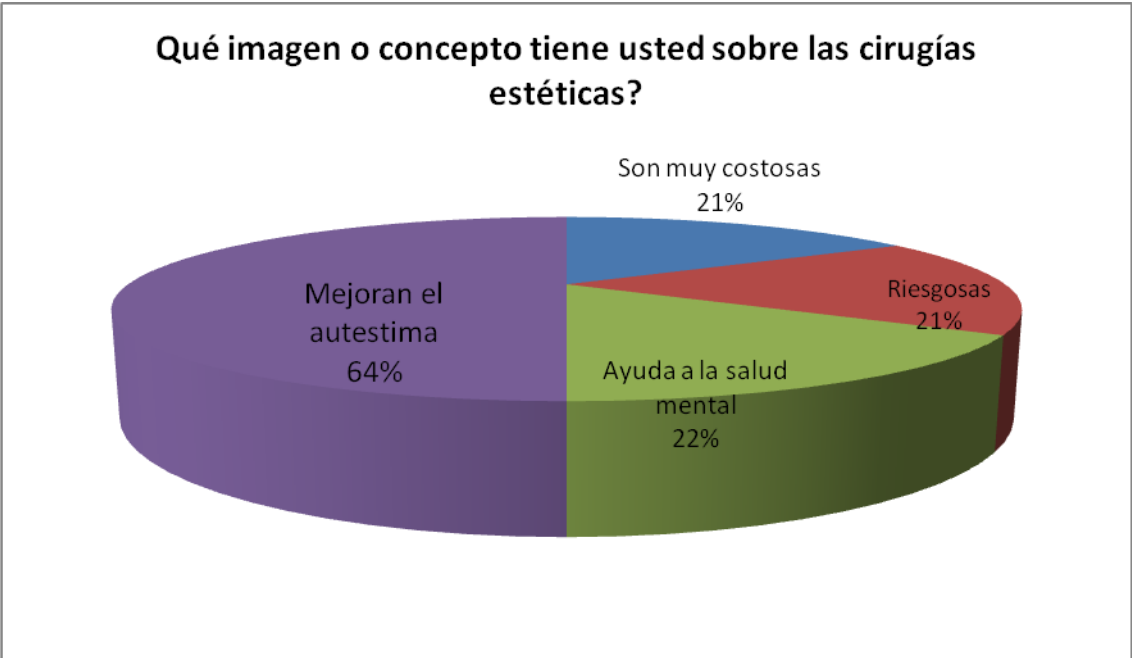
Al momento de responder la encuesta, existía la posibilidad de responder o no, el nombre o el género, por lo tanto, en las encuestas se encontró, que el 53% son mujeres, el 21% hombres y un 27% no respondió.



Se evaluó la cantidad de personas que se han realizado alguna vez una cirugía estética, y para esto se encontró, que el 56% de los encuestados hasta el momento no se ha realizado ninguna cirugía. El 44% de los encuestados ya se han realizado una cirugía estética alguna vez y solo un 0,74% no respondieron esta pregunta.

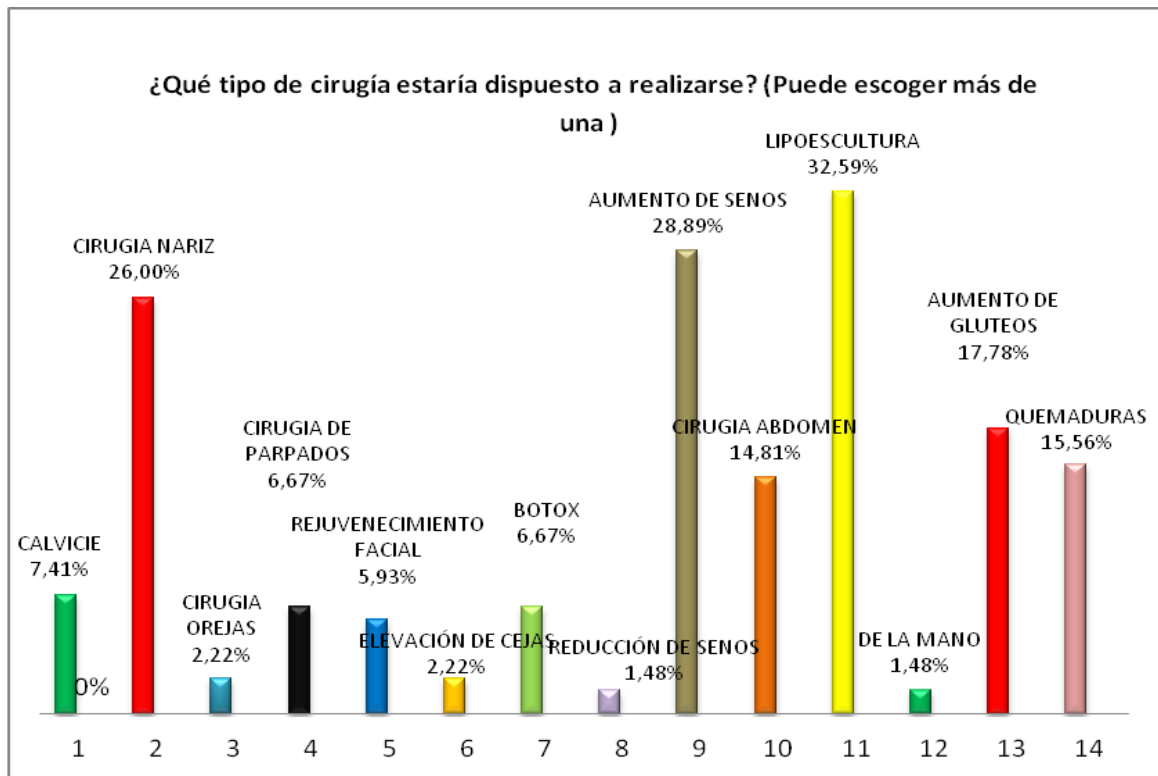


Al momento de preguntarle al encuestado si se realizaria alguna cirugia estetica, se encontro que el 64% responden a un si y el 36% responden a un no. Solo un 0,74% no respondio la pregunta. Lo que indica este resultado, es que la mayoría de las personas le apuestan a realizarse un cirugia en algun momento de sus vidas.



Al analizar que imagen o concepto se tiene sobre las cirugias esteticas, el 64% de las personas, respondieron que mejora el autestima y dentro del rango del 21% al 22% las personas lo perciben como ayuda a la salud mental, son costosas y peligrosas.

De esta manera, se puede concluir que una cirugía estética, mejora el autestima, haciendo sentir a las personas mucho mas seguras de si mismas.

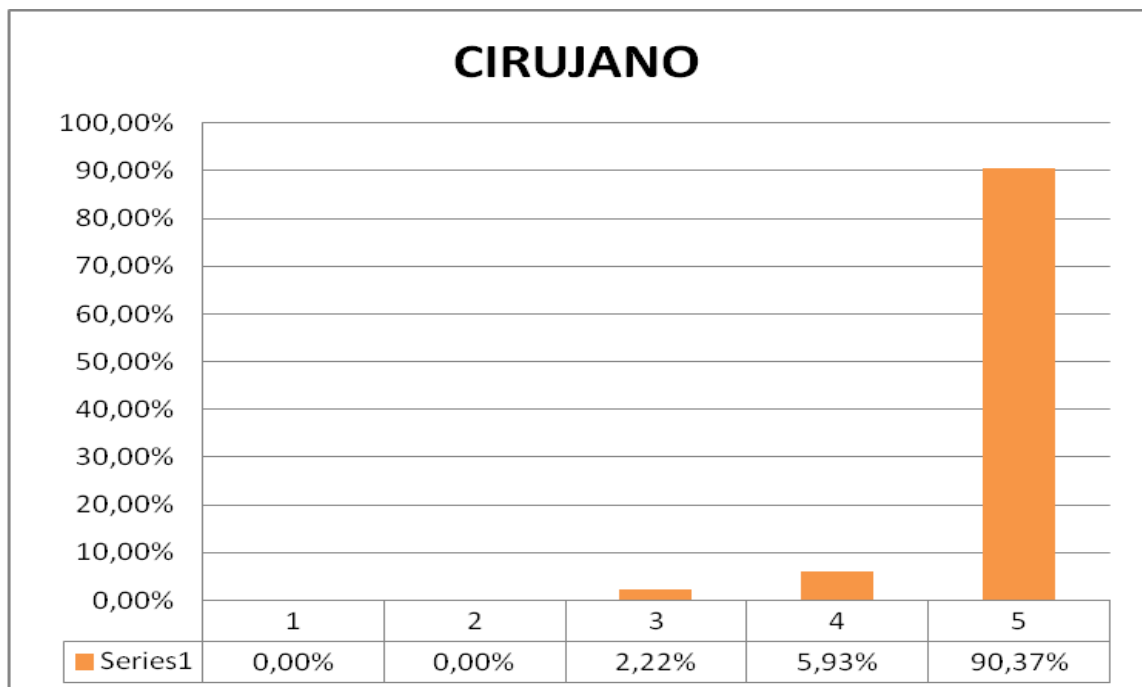


Dentro de los diferentes tipos de cirugias que existen y de los cuales las personas estarían dispuestos a realizarse, las mas relevantes fueron: con un 32,59%, la mayoría de personas prefieren realizarse una lipoescultura, seguida de esta, se encuentra el aumento de senos con un 28,89% y por ultimo con un 26% se encuentra la cirugía de nariz. Para las cirugias poco relevantes se encuentra, aumento de gluteos con un 17,78%, quemaduras con un 15,56% y cirugía de abdomen con un 14,81%. Finalmente, dentro de las poco significativas se encuentran calvicie, cirugía de orejas, cirugía de parpados, rejuvenecimiento facial,

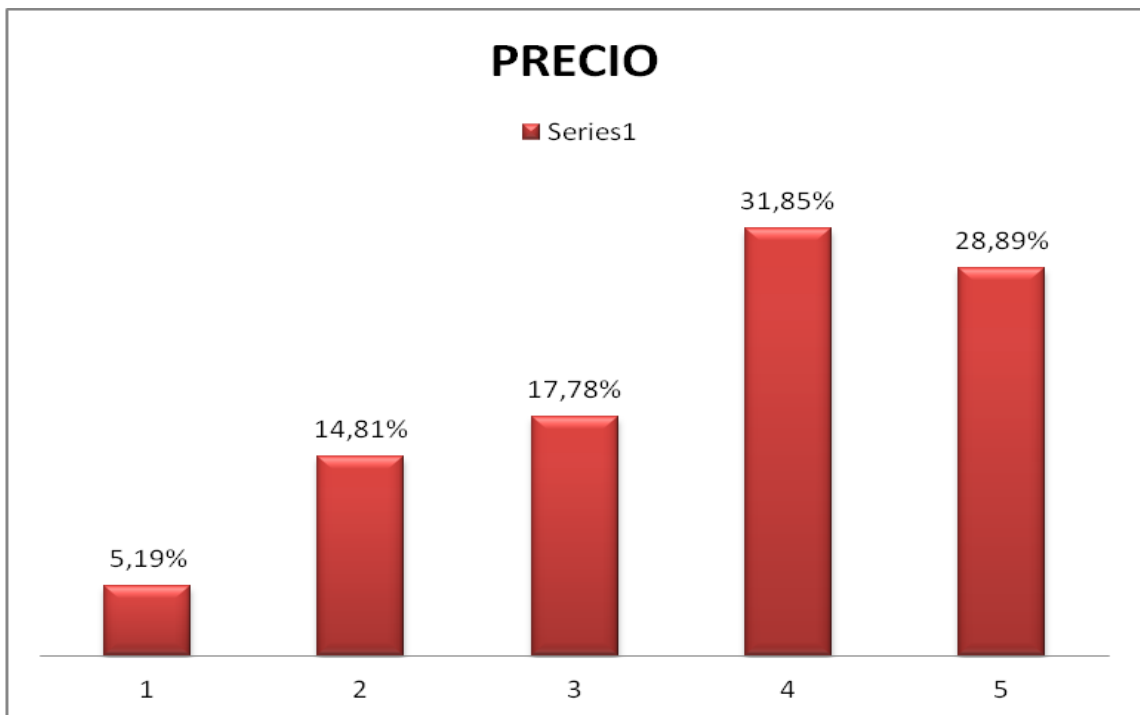
elevacion de cejas, botox, reduccion de senos y cirugia de la mano, dentro de un rango del 1% al 7%.

De esta manera, se puede concluir que las personas, cada vez le apuestan mas a un cuerpo esbelto, mas que a una piel y una cara perfecta.

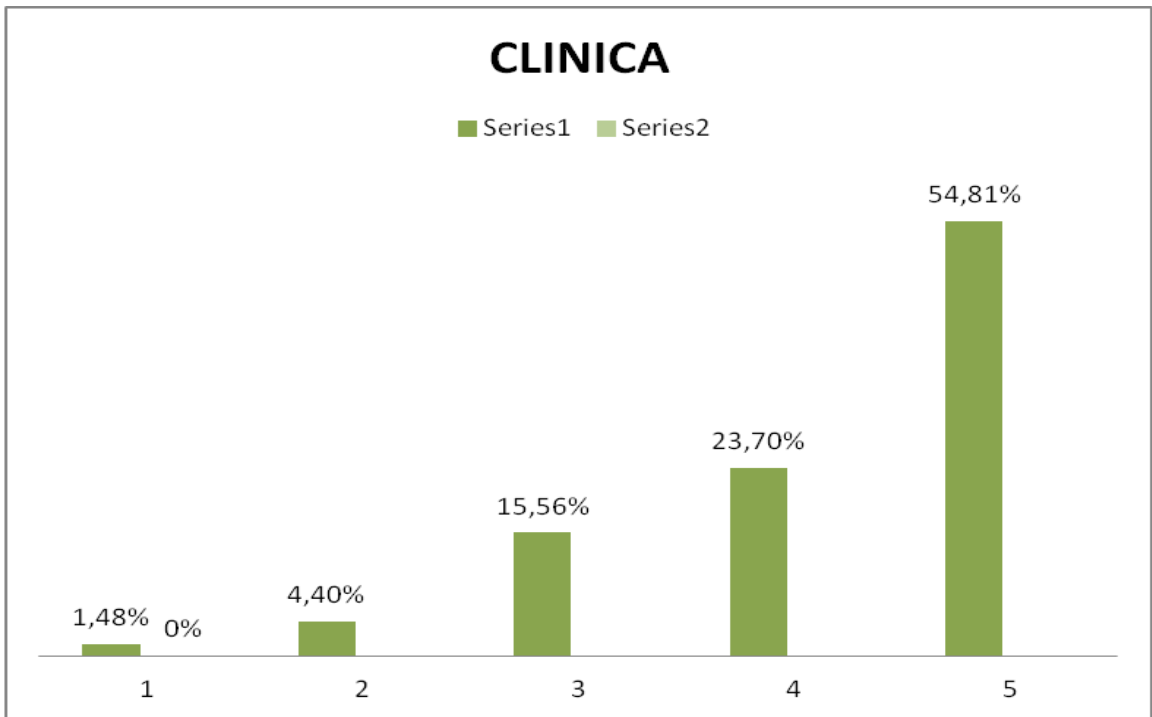
En cuanto a los diferentes items que tendrian en cuenta a la hora de realizarse un procedimiento quirurgico estetico, como el cirujano, precio, clinica, promocion e insumos, el encuestado tiene la opcion de marcar cada uno en su nivel de importancia, siendo 1 el menos importante y 5 el mas importante, los resultados encontrados fueron los siguientes:



Dentro de los encuestados, el 90,37% tendria en cuenta al cirujano como el mas importante a la hora de realizarse una cirugia y en el rango de 2,22% al 5,93% como no tan importante.



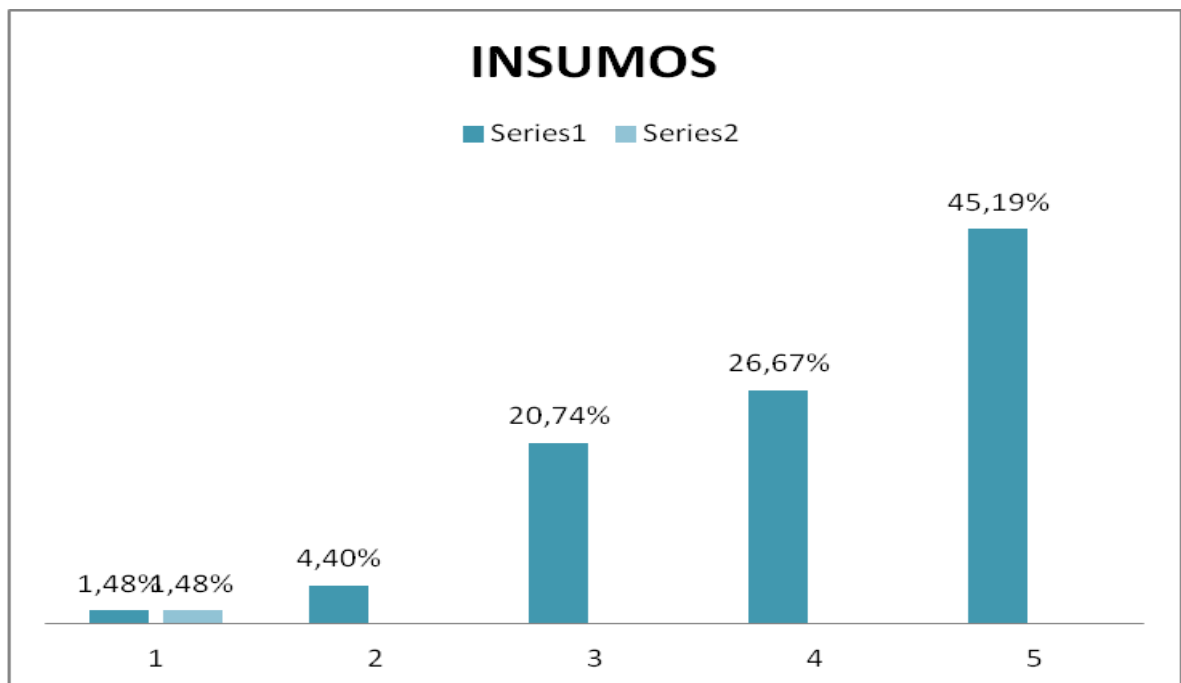
Dentro de los encuestados, el rango entre el 31,85% al 28,89%, consideran este item como muy importante y en el rango 5,19% al 17,78% como poco importante.



Dentro de los encuestados, el 54,81% considera este ítem como muy importante, en el rango del 15,56% al 23,70% como importante y en el rango del 1,48% al 4,40%, como nada importante.



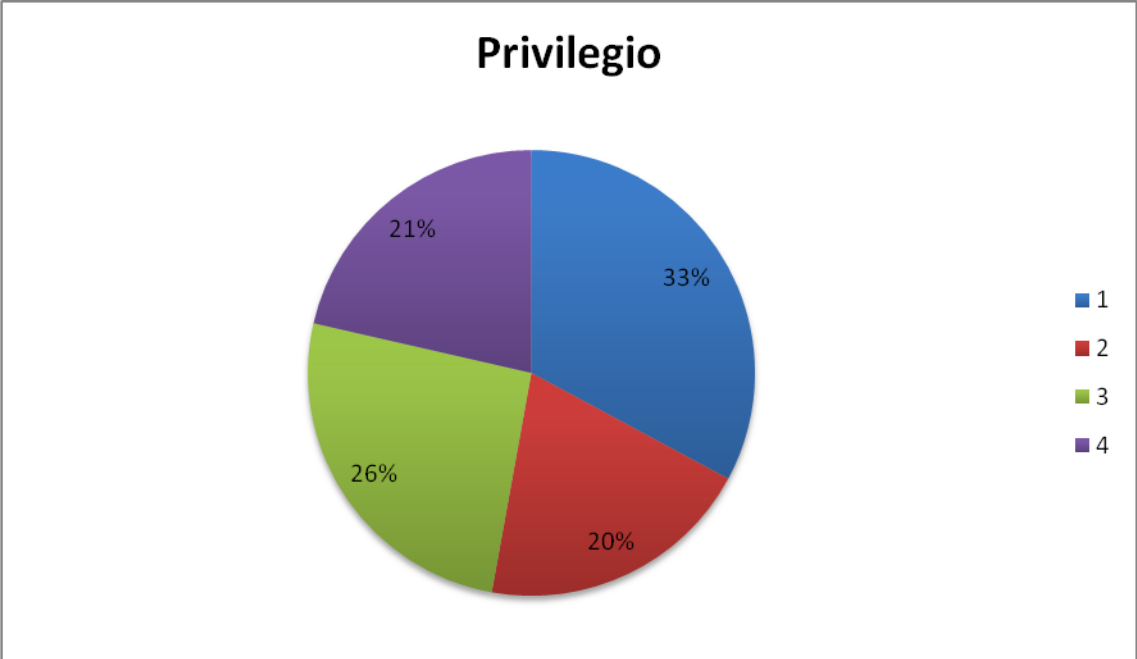
Dentro de los encuestados, el 25,93% considera este item como poco importante, en el rango del 17,78% al 19,26% como muy importante y nada importante.



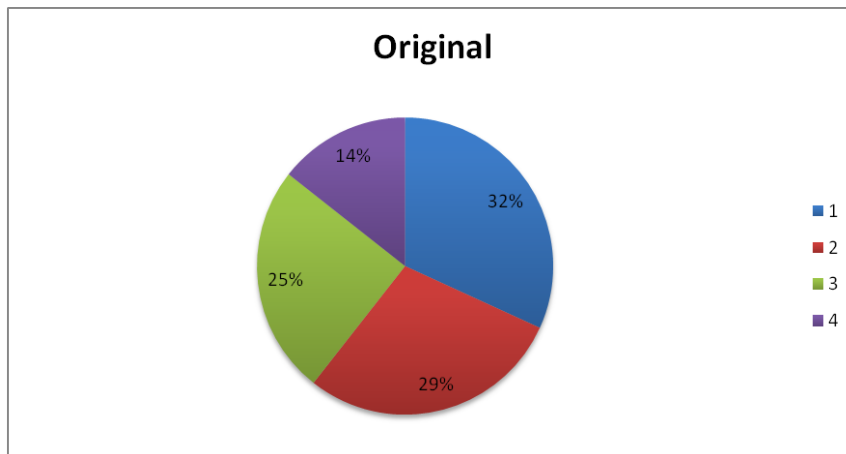
Dentro de los encuestados, el 45,19% considera este item como muy importante, en el rango del 20,74% al 26,67% como importante y en el rango del 1,48% al 4,40%, como nada importante

Podemos concluir que para las personas es muy importante a la hora de realizarse una cirugía estética, un buen cirujano, una excelente clínica y los insumos y en cuanto a la promoción y el precio son totalmente indiferentes.

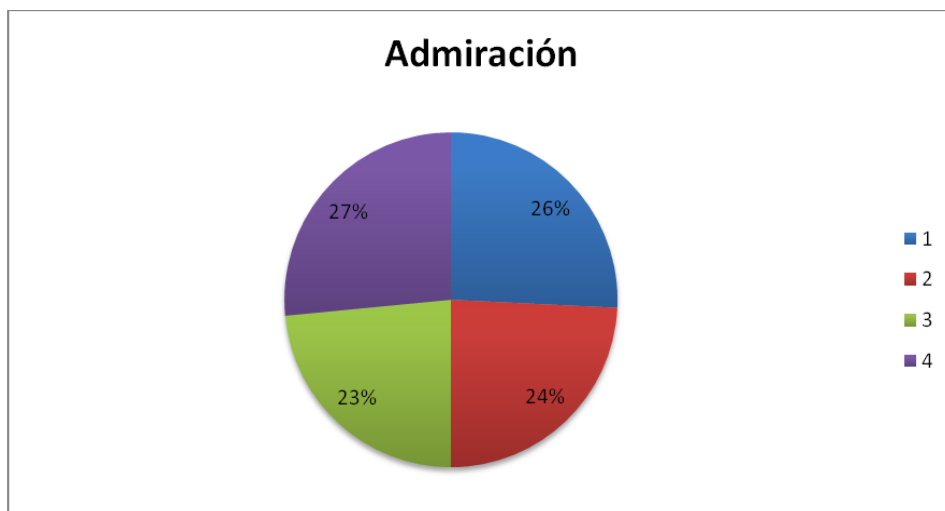
Si decidiera realizarse una cirugía estética cuál de las siguientes motivaciones lo impulsaría en llevarla a cabo. Califique en orden de importancia así: 1 Nada Importante, 2 Poco Importante, 3 Importante, 4 Muy Importante



De las 138 personas encuestadas, el 33% considera que la motivación más grande es sentirse privilegiado, contrario a esto, el 21% considera que ser privilegiado es un factor decisivo a la hora de realizarse una cirugía estética.



De los encuestados, el 32% considera que sentirse original es una motivación muy importante para decidir realizarse una cirugía estética y solo el 14% de la misma muestra, considera que no es nada importante sentirse original.

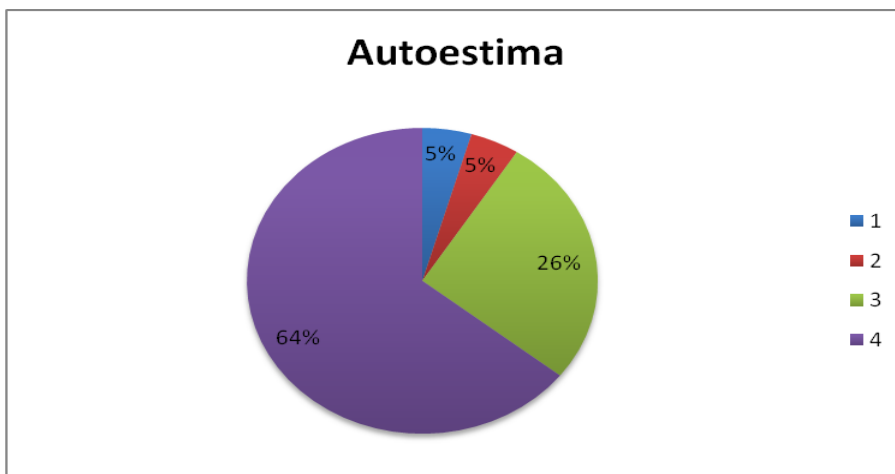


De los encuestados, el 27% considera que sentirse Admirado no es una motivación importante para decidir realizarse una cirugía estética y el 26% de la

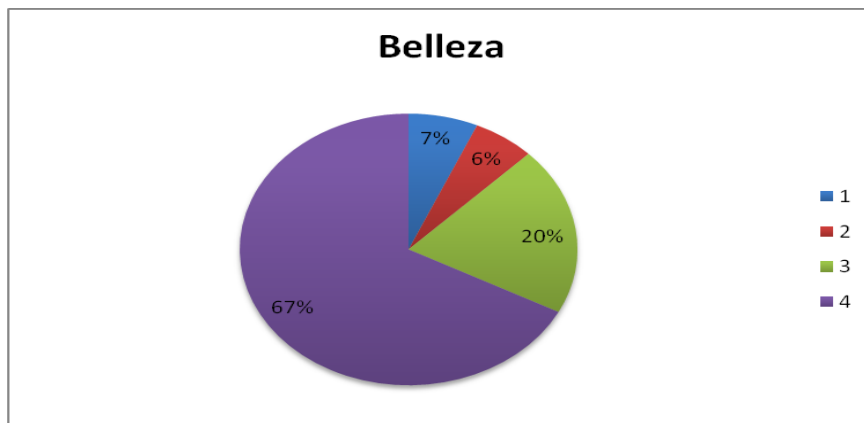
misma muestra, considera que es importante sentirse admirado y diferente a las demás personas.



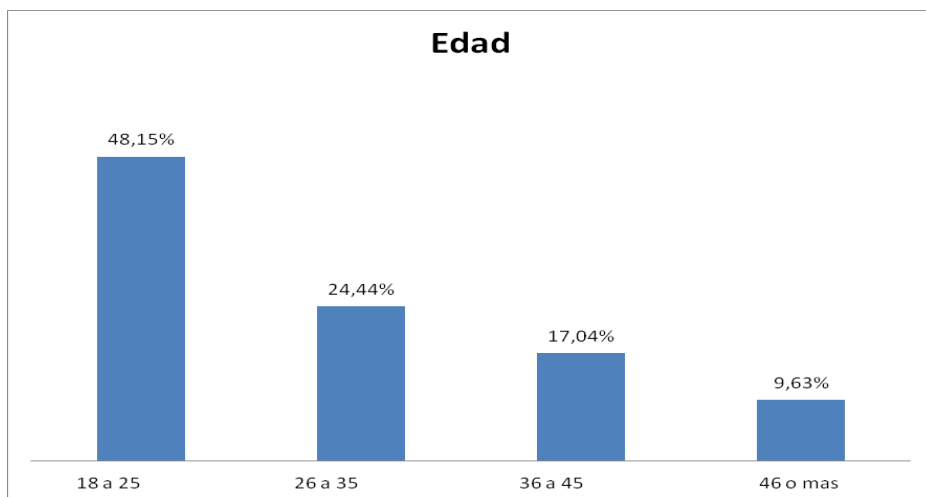
De los encuestados, el 31% considera que sentirse Exclusivo es una motivación muy importante para decidir realizarse una cirugía estética y el 22% de la misma muestra, considera que es importante sentirse exclusivo y diferente a las demás personas.



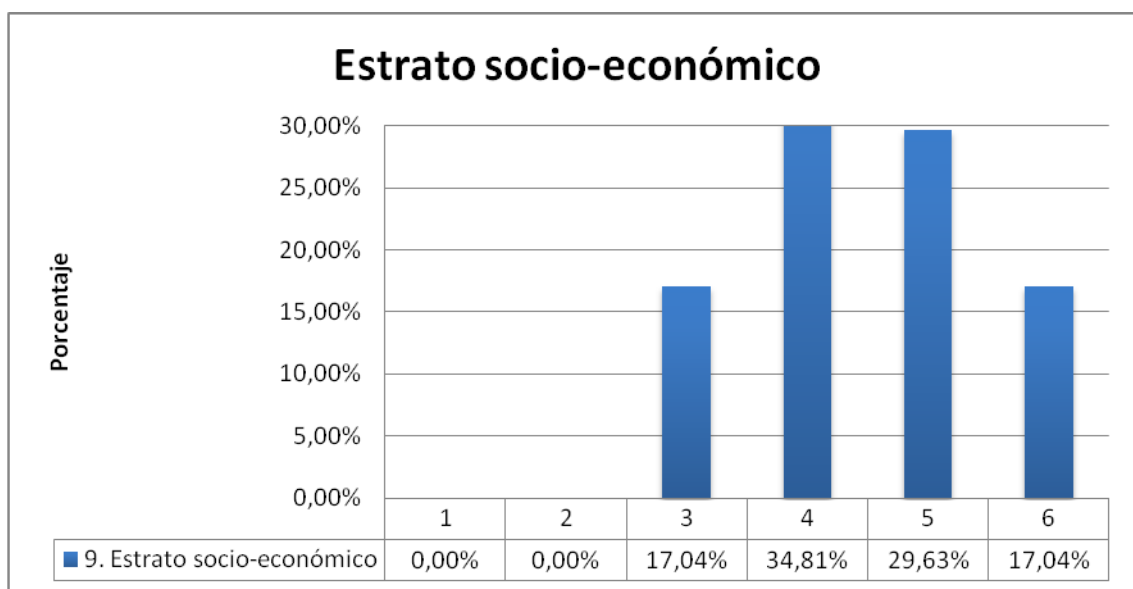
De los encuestados, el 64% considera que sentirse con una autoestima alta es una motivación muy importante para decidir realizarse una cirugía estética y el 5% de la misma muestra, considera que es nada importante sentirse con gran autoestima y diferente a las demás personas.



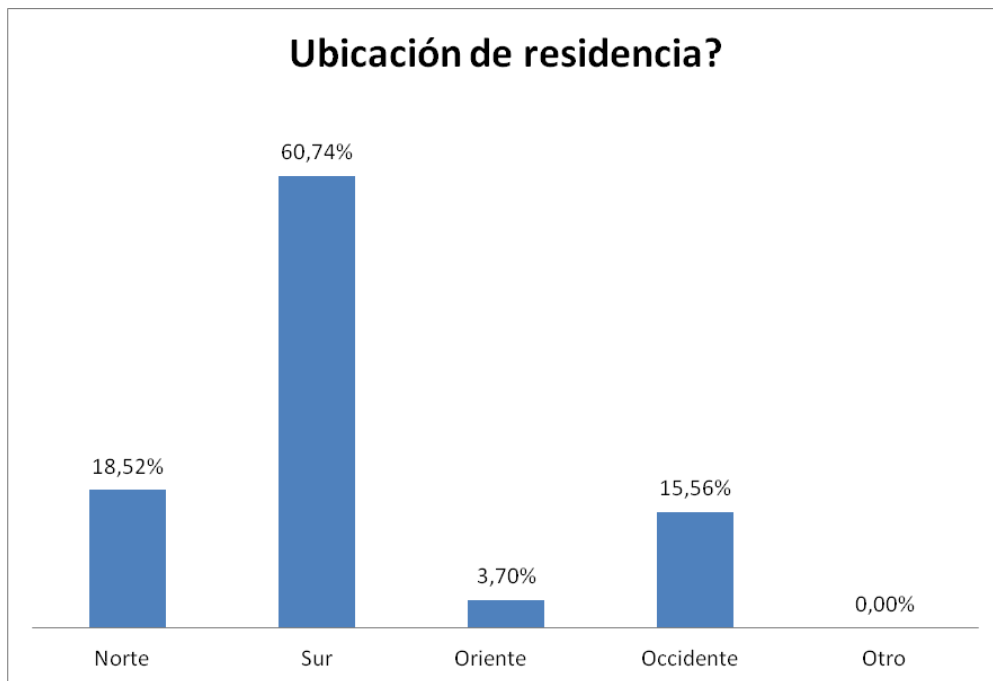
De los encuestados, el 67% considera que sentirse con gran belleza es una motivación muy importante para decidir realizarse una cirugía estética y el 6% de la misma muestra, considera que es nada importante sentirse bello y diferente a las demás personas.



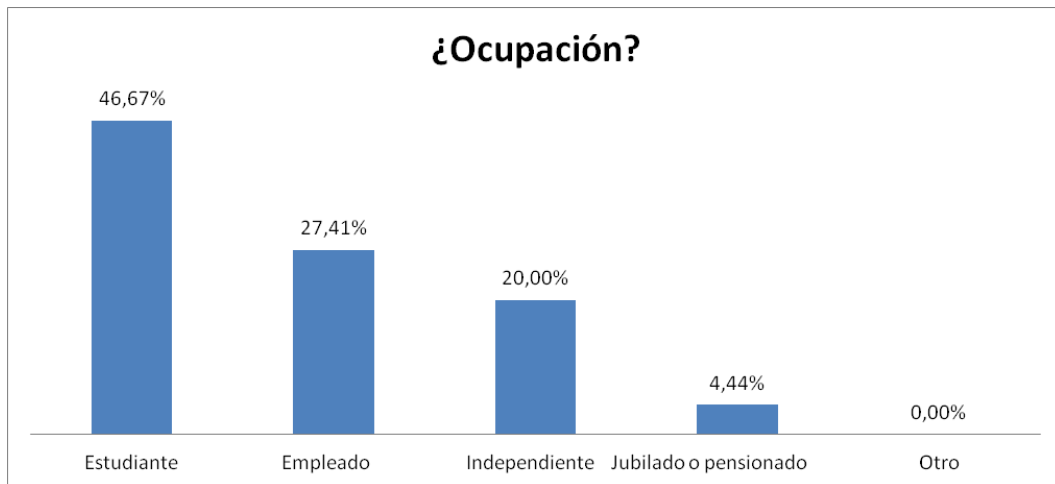
De los encuestados, el 48,15% está dentro del rango de edad entre los 18 y 25 años, el 24,44% entre los 26 y 35, el 17.04% entre los 36 y 45 años y finalmente el 9,63% tiene más de 46 años.



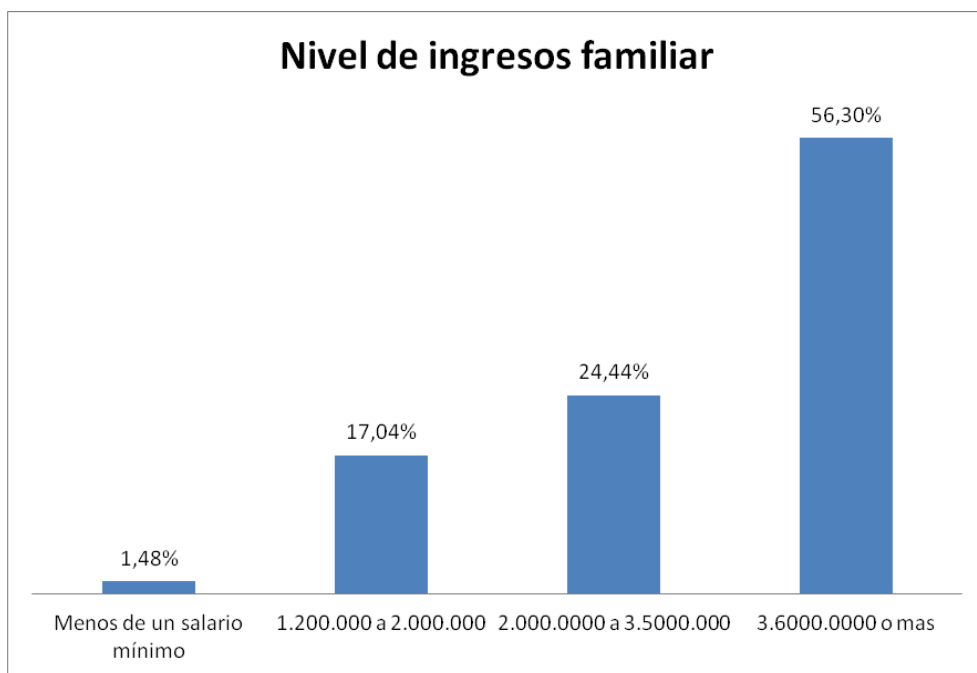
De los encuestados, el 38,81% pertenece a un estrato socio económico 4 es decir, medio-medio, el 29,63% está en un estrato 5 y finalmente el 17,04% pertenece a un estrato 6, es decir alto-alto.



De los encuestados, el 60,74% vive en el sur de la ciudad de Cali, seguido con unos 18,52% ubicados en el Norte de la ciudad y solo el 3,70% esta ubicada en el Oriente.

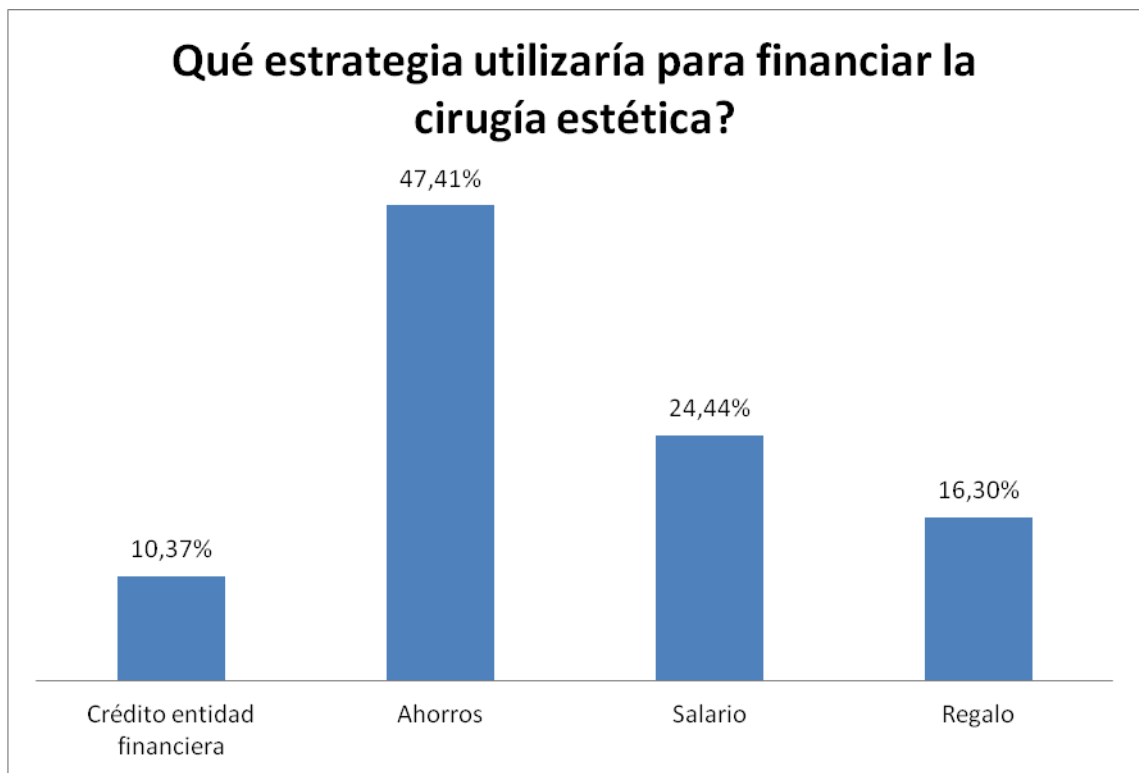


De los encuestados el 46,67% es estudiante, el 27,41% es de alguna manera empleado del sector público o privado, el 20% genera ingresos de manera independiente y solo el 4,44% es jubilado o pensionado.



Del total de los encuestados, el nivel de ingreso familiar es mayor a los 3'600.000 representado en un 56.30%, seguido con un 24,44% que está representado en un

salario de entre 2 millones y 3,5 millones. El 17,04% tiene un ingreso entre 1,2 millones y 2 millones de pesos y finalmente solo el 1,485 tiene un ingreso no mayor a un salario mínimo en Colombia.



De los encuestados, el 47,41% optaría por los ahorros como medio para financiar una cirugía estética, seguido directamente por el salario con un 24,44% y 16,30% se haría una cirugía si y solo si fuese un regalo. Finalmente con un 10,37% las personas harían un crédito para financiar dicha cirugía.

14.SÍNTESIS ANALÍTICA DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En síntesis, a la hora de preguntar quién se ha realizado una cirugía estética, el 56% de las personas respondió que no, pero al momento de preguntar si se realizarían en un futuro una cirugía estética, el 64% respondió que sí.

Al analizar que imagen o concepto se tiene sobre las cirugías estéticas, el 64% de las personas, respondieron que mejora el autestima.

Dentro de los diferentes tipos de cirugías que existen y de los cuales las personas estarían dispuestas a realizarse, las más relevantes fueron: con un 32,59%, la mayoría de personas prefieren realizarse una lipoescultura, seguida de esta, se encuentra el aumento de senos con un 28,89% y por último con un 26% se encuentra la cirugía de nariz.

De esta manera, se puede concluir que las personas, cada vez le apuestan más a un cuerpo esbelto, más que a una piel y una cara perfecta.

En cuanto a los diferentes ítems que tendrían en cuenta a la hora de realizarse un procedimiento quirúrgico estético, como el cirujano, precio, clínica, promoción e insumos, el encuestado tenía la opción de marcar cada uno en su nivel de importancia, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante. Se encontró que para las personas es muy importante a la hora de realizarse una cirugía estética, un buen cirujano, una excelente clínica y los insumos y en cuanto a la promoción y el precio son totalmente indiferentes. En cuanto a las diferentes motivaciones que los impulsaría a realizarse una cirugía estética, se encontró que la belleza y la autestima son el factor más importante a la hora de tomar esta decisión.

En cuanto a los datos demográficos, la mayoría de personas que contestaron esta encuesta fueron mujeres, con un 53%. Un 48,15%, de los encuestados se encuentran en una edad entre los 18 y 25 años. Un 38,81% pertenece a un estrato socio económico 4 es decir, medio-medio y un 29,63% está en un estrato 5. El

60,74% vive en el sur de la ciudad de Cali. El 46,67% son estudiantes y el 27,41% son de alguna manera empleados del sector público o privado y el 20% genera ingresos de manera independiente.

Del total de los encuestados, el nivel de ingreso familiar es mayor a los 3'600.000 representado en un 56.30%, seguido con un 24,44% que está representado en un salario de entre 2 millones y 3,5 millones. Finalmente, el 47,41% optaría por los ahorros como medio para financiar una cirugía estética, seguido directamente por el salario con un 24,44%.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados, los principales atributos que el consumidor asocia con las cirugías estéticas son: mejoran la autoestima, ayudan a la salud mental y aumentan la seguridad en las personas.

La imagen que tiene el mercado frente a las cirugías estéticas, es que mejoran la autoestima. Esto indica que las personas acceden a una cirugía estética con el fin de sentirse más seguras de sí mismas y así, ayudar a su salud mental.

En cuanto a estrategias de mercadeo que han logrado atraer al cliente, lo que más les importa es la reputación de la clínica, es decir, los comentarios que las clínicas han generado frente a los pacientes, el servicio que prestan, así mismo los cirujanos que tienen, que deben ser personas capacitadas, especialistas reconocidos, que tengan una excelente imagen y que además demuestren con hechos su excelente trabajo. Además los insumos hacen parte de lo que el cliente considera importante a la hora de realizarse la cirugía, esto en cuanto al servicio y al cuidado del paciente antes, durante y después de la cirugía. De esta manera, se concluye que el paciente logra estar atrapado, primero por las recomendaciones de terceros, por el servicio suministrado y la reputación tanto de la clínica como del cirujano.

Los atributos como el cirujano, la clínica e insumos fueron considerados por los encuestados como los más importantes. En cuanto a las promociones, como descuentos y el precio, son atributos que no consideran importantes, pues en este caso las percepciones de las personas cambian, ya que no se está hablando de un producto en sí, sino de tu propia vida y de tu estética.

En cuanto a los atributos intangibles que se plantearon, la belleza y la autoestima fueron los atributos más importantes que consideraron los encuestados. Exclusividad, admiración, privilegio y sentirse original, son atributos que las personas consideran poco importantes a la hora de realizarse una cirugía estética.

El crecimiento de las cirugías estéticas desde el 2011 hasta la actualidad, es cada vez mayor, hace poco el periódico el País sacó una publicación (miércoles 20 de agosto), donde informaba que Colombia fue el sexto país del mundo en el que más se practicaron cirugías estéticas invasivas y no invasivas durante el 2013, según un informe de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica y Estética (sus siglas en inglés, Isap).

El país, en número de procedimientos, superó a países como Italia, Venezuela y Argentina. Estados Unidos, Brasil, México, Alemania y España encabezan la lista de las naciones donde más se opera la gente para cambiar su imagen.

Las más pedidas

1. Liposucción: Según la Isap, esta fue la cirugía que más se practicó en 2013. Fueron 50.599 procedimientos.
2. Aumento de senos: 44.403 mujeres se realizaron este procedimiento estético en el 2013 en Colombia.
3. Lipectomía: Esta cirugía, que elimina el exceso de piel y grasa del abdomen, fue realizada 28,215 veces.
4. Cirugía de nariz: Ocupó el cuarto lugar como el procedimiento más realizado en 2013 (24.919 operaciones).
5. Cirugía de párpados: 24.396 operaciones de este tipo se realizaron en el país, el año pasado, dijo la Isap.

De acuerdo con esta publicación y las encuestas realizadas, se puede concluir que definitivamente la liposucción, aumento de senos y cirugía de la nariz, son las cirugías más realizadas o las que más desearían realizarse las personas. También es notorio, como el crecimiento de las cirugías estéticas es cada vez mayor en el país.

RECOMENDACIONES

El cirujano debe estar inscrito ante la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética, ya que esto es muy importante para el cliente, deben ser personas profesionales y especialistas.

Mejorar el servicio de información y atención al cliente, respeto a la reputación de la clínica, el servicio que prestan frente al mercado.

Brindar ofertas de los productos a los usuarios, ya que ellos perciben que las cirugías son muy costosas.

Mejorar el servicio de facturación y caja en temas de agilidad en la prestación del servicio, con lo cual mejoraría el 41% de las inconformidades

Recomendamos la realización de manera sistemática estudios de satisfacción, para así poder determinar de manera focalizada las causas que generan insatisfacción en los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Códigos legales de tradición babilónica. Barcelona: Ed. Trotta. 1999.
- La Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva. Disponible en: www.cirurgioplastica.org.co/quienes-somos/que-es/historia-cirurgia-plastica-en-colombia.html
- Técnicas quirúrgicas en cirugía. Disponible en: www.bdigital.unal.edu.co/638/14/9789587194036.14.pdf
- www.elpais.com.co/elpais/california/noticias/conozca-porque-cali-sigue-siendo-silicona-en-colombia
- El Bello negocio de la cirugía plástica.1CIREN.Centro Internacional de Restauración Neurológica, Rev Cubana Cir 2007;46(4)
- www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/00000T7T000.PDF
- www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirurgias-plasticas
- <http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=16922522&AN=65721451&h=F63vXe81GPD94bPvF%2bGmOdUUZy0m7VXVyhkFsyI8Dp7MTdGDQfjP3dTv%2fUZH0xlukZcCmU4fHAYjYJSH4YjMpw%3d%3d&crl=c>
- www.saludyesteticaencolombia.com/cirurgia_plastica
- cirugioplastica.saludisima.com/historia-evolucion-y-actualidad/.

- Dra. Kyrenia Sánchez Rodríguez¹ y Dr. Roidel Alessandrini González², 2007.
- Belleza y cirugía estética: consideraciones psicológicas y morales
www.doctorcarlostriana.com/doctor-carlos-triana.html#sthash.oSwG4TJ8.dpuf
- www.doctorcarlostriana.com/doctor-carlos-triana.html#sthash.oSwG4TJ8.dpuf
- www.doctorcarlostriana.com/doctor-carlos-triana.html#sthash.oSwG4TJ8.dpuf
- www.cqbelleza.com/es/
- www.cirurgioplastica.org.co/cirugias/tipo-de-cirugia/listado-de-cirugias.html
- Iverson RE, Lynch DJ; American Society of Plastic Surgeons Committee on Patient Safety. Practice advisory on liposuction. *Plast Reconstr Surg* 2004;113(5):1478-90
- www.cromos.com.co/estilo-de-vida/cuidado-personal/articulo-142299-el-top-10-de-cirugias-plasticas-mas-solicitadas-mujer
- *veintemundos*.magazines;16 reportaje
- lewebpedagogique.com/amartinesp/files/2011/11/El-boom-del-bistur%C3%AD-Terminale.pdf

Lina Triana, fiscal de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética Estética y Reconstructiva www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirugias-plasticas

-

repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/487/5/TG00718.pdf

- www.clinicamedicenter.com/profesionales.php

<http://alvaroarana.com/>

- www.doctortriana.com/corpusyRostrum.html

www.cqbelleza.com/es/cirujanos-plasticos/dr-jaime-roberto-arias-gonzalez.html

http://www.cdcderma.com.co/info_cdcderma.cfm?esp&m_id=5&Especialidad=33

- PORTER, Michael E, Ser Competitivos, Harvard Business School Press, Ediciones Deusto, 2003

- www.portafolio.co/negocios/colombia-uno-los-paises-que-mas-hace-cirugias-plasticas

- alo.co/salud-y-bienestar/colombia-pais-en-donde-se-hacen-muchas-cirugias-esteticas

- laabubilla.blogspot.com/2007/12/el-perfil-del-consumidor-de-ciruga.html