

María del Pilar Castillo V.

El bello negocio de la cirugía plástica

Cali dejó de ser el sueño atravesado por un río para convertirse en una ciudad sitiada por clínicas, centros y consultorios dedicados a la reparación estética del cuerpo. Antiguos barrios tradicionales de Cali dieron paso a una floreciente industria de belleza que atrae a nacionales y extranjeros, con una oferta amplia de tratamientos que prometen, en muy poco tiempo, cambiar la figura del cliente, disputándole a ciudades en Brasil y México, el título de ser la capital de la estética en Suramérica. Cali ya no es la ciudad de las mujeres bonitas, ahora es la ciudad de las mujeres y hombres eternamente bellos, en la que el culto a la belleza sigue siendo un emblema de la cultura caleña, y en la que practicarse una cirugía plástica hace parte de los deseos de la mayoría de caleños.



En el año 2003, el Hospital Universitario del Valle creó el programa de cirugías estéticas dirigido a los estratos 1, 2 y 3 con amplios planes de financiación, debido a la gran demanda que se presentaba en la ciudad por este tipo de cirugías, lo que llevaba a que las personas que no contaban con los recursos para pagar una clínica privada debieran ser operadas por personas inescrupulosas, sin los títulos necesarios, que realizaban operaciones a muy bajo costo, sin las condiciones sanitarias adecuadas, poniendo en riesgo

sus vidas y aumentando los costos de salud pública por procedimientos quirúrgicos mal realizados. Hoy en día, los quirófanos del Hospital se habilitan los sábados para que las mujeres de los estratos más bajos puedan alcanzar el sueño de tener la figura perfecta.

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. De acuerdo con datos manejados por la Embajada de Estados Unidos, entre junio del 2005 y junio del 2006, llegaron a Colombia cerca de 3.000 ciudadanos estadounidenses con el fin de practicarse una cirugía plástica o estética¹.

De igual forma, la Oficina Económica y Social de la Embajada de España se ha acercado indirectamente a las cifras de la industria a través del estudio del sector de maquinaria y equipos para la estética y la belleza en Colombia². Sin embargo, para el caso del Valle del Cauca no se conoce con precisión cómo funciona el cluster de la salud a pesar de ser uno de los sectores de mayor dinamismo en el departamento, sobre todo en Cali. Según datos suministrados por el Ministerio de Industria, Turismo y

Comercio, las exportaciones de servicios del departamento del Valle del Cauca registran un comportamiento creciente, pues pasaron de 8.8 millones dólares en 2001 a 57 millones de dólares en 2003.

En este último año la mayoría de ventas externas correspondieron a Servicios de salud (72%), de los cuales 78% se dirigieron a Estados Unidos³. En virtud de ese crecimiento, el gobierno nacional y los dirigentes del Valle del Cauca le están apostando a la creación de un cluster de salud y de tratamientos estéticos, pensando en vincular la prestación de servicios médicos y terapéuticos con la industria farmacéutica y nutracéutica⁴ y con el sector del turismo.

En pocos años la ciudad cambió su vocación deportiva, orgullo de los caleños en otra época, por una vocación estética, en la que el turismo de la salud se desarrolló y jalonó a otros sectores de la economía, con una infraestructura que incluye un gran número de clínicas y centros especializados en salud estética. La industria de la

belleza llevó a que en uno de los barrios tradicionales de Cali, los antiguos propietarios se dejaron seducir por los nuevos comerciantes de la salud y dejaron convertir sus casas en amplias salas de cirugía, en centros de estética y salones de relajación mental y corporal. En el barrio Tequendama, un sector de clase media tradicional ubicado al sur de la ciudad, se puede encontrar, concentrado en unas cuantas calles, la oferta más amplia y variada de tratamientos y cirugías estéticas para lograr la figura 90-60-90.

De 139 lugares repartidos por toda la ciudad, 59 se ubican en este barrio. Ofrecen toda clase de servicios

médicos y odontológicos tradicionales, experimentales, alternativos que van desde los rejuvenecimientos faciales no quirúrgicos, quirúrgicos (párpados, cuello, cara), lipoescultura, abdominosplastia, aumento, reducción, levantamiento y prótesis de senos, rinoplastia, aumento de glúteos, lipofilling facial (disminución de la grasa en la cara), mejoramiento de las líneas de expresión a través del botox, cirugía de orejas y labios, diseño de la sonrisa, implantaciones de cabello, entre otros, hasta la amplificación del Punto G, una técnica que consiste en inyectar sustancias que lo vuelven más voluminoso, incrementando la sensibilidad durante las relaciones sexuales. Los hay para todos

los gustos, sexos, edades, con planes de financiación para los estratos bajos y medios.

Hoy en día, los quirófanos del Hospital se habilitan los sábados para que las mujeres de los estratos más bajos puedan alcanzar el sueño de tener la figura perfecta. imaginada

Se estima que la recuperación de una cirugía estética puede durar alrededor de unos diez días y es por esta razón que a esta red de la belleza también se han integrado las cadenas hoteleras en

Cali que operan como una extensión de las clínicas, pero con las comodidades y atenciones que ofrece un hotel, haciendo que el paciente olvide su estado de convalecencia. Muchos de ellos han desarrollado estrategias de mercadeo más efectivas y puntuales. Se ofrecen planes médicos-turísticos completos que incluyen la estancia, alimentación especial, la consulta y exámenes prequirúrgicos en el mismo lugar, los cuidados post operatorios durante la recuperación y hasta un tour de compras por la ciudad, porque un cuerpo nuevo necesita ropa nueva.

Los intermediarios de la belleza también han creado paquetes que venden en el exterior, que incluyen asesorías para buscar el mejor cirujano, hospedaje en casas de familia, la reserva de los tiquetes ida y regreso, enfermeras y compañía durante la permanencia en la ciudad⁵. Para el cirujano plástico Gustavo Andrés Hincapié, de la Sociedad Colombiana de Cirugía plástica, la llegada de extranjeros en busca de tratamientos estéticos es una oportunidad para la consolidación de alianzas entre los diferentes sectores de la salud. Cuando un paciente internacional viene por un servicio específico, por ejemplo, un tratamiento estético dental, se le presentan ofertas de servicios conjuntos con cirujanos plásticos o dermatológicos y profesionales de la salud. Pero no sólo el cluster de la belleza en Cali abarca a los médicos y clínicas encargadas de cambiar, a punta de bisturí el cuerpo más maltratado, sino que a la par con este desarrollo han surgido alrededor de 146 lugares, entre profesionales y centros de belleza, sustitutos y complementarios, encargados de preparar a los pacientes antes de la cirugía y de hacer que los post-operatorios sean menos traumáticos, permitiendo al paciente una recuperación más rápida a cambio de pasar dos horas al día dentro de la cámara hiperbárica. Incluso, la tradicional peluquería se ha convertido en un centro de estética que ofrece tratamientos corporales y faciales para mantener la figura obtenida en una sala de operación, sin largas y tediosas rutinas de ejercicios físicos, además de los toques finales que muchos y muchas están dispuestos a hacer para lograr un producto perfecto color canela, en el que el costo de permanecer varios días expuesto al sol se supera con unas cuantas horas de bronceo bajo una cámara láser. Todos compiten en ofrecer un nuevo concepto de salud, belleza y bienestar, con las mejores técnicas y las tecnologías más

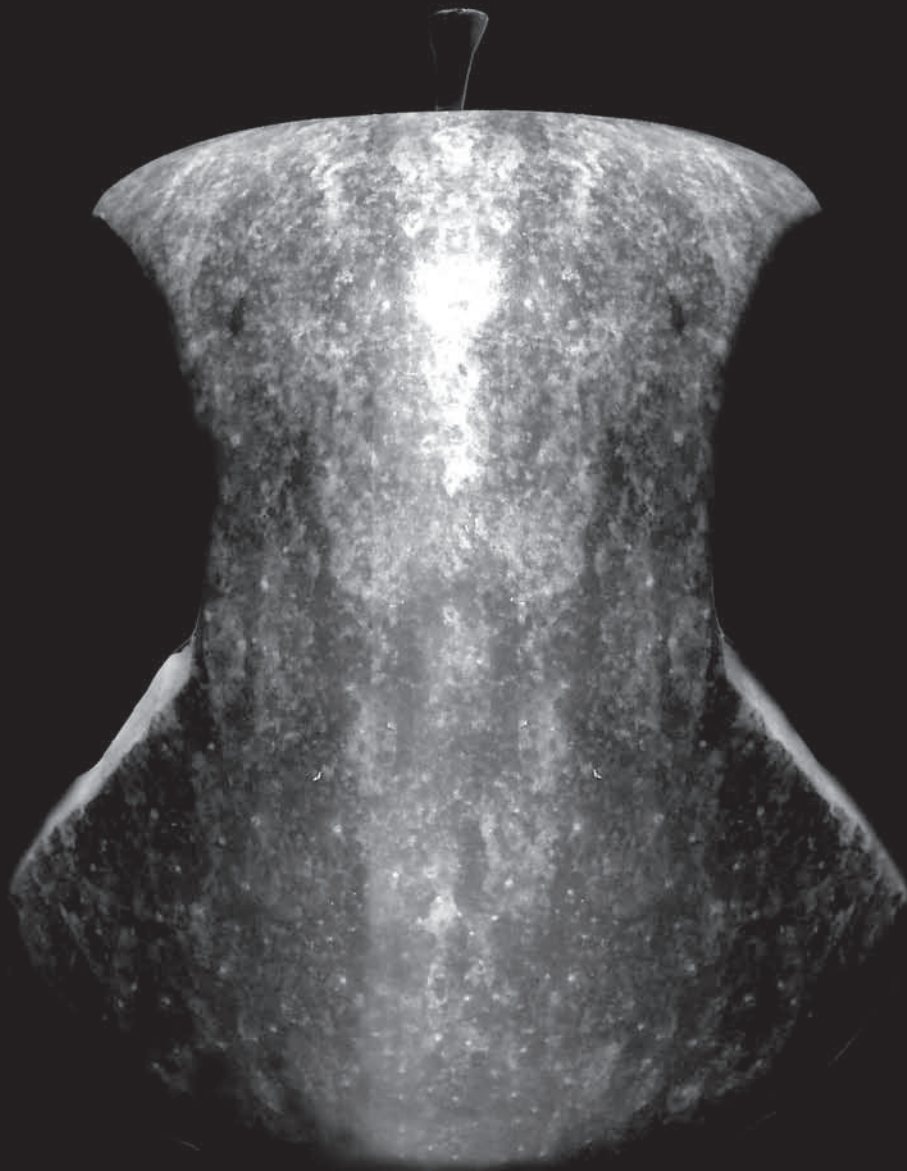
avanzadas, lo que genera precios favorables a los buscadores de una figura perfecta.

Pero no todos los cuerpos deben ser sometidos a una cirugía para lograr la esbeltez. Cali también se ha especializado en centros y gimnasios que ofrecen la posibilidad de eliminar kilos en poco tiempo, sin cirugías, sin cicatrices y sin incapacidad, convirtiéndose en alternativas para quienes no desean correr los peligros de una estancia en el quirófano.

Los métodos avanzados de adelgazamiento tienen su origen en el uso del agua, el sonido, el carbón o el calor, e incluso con auriculoterapias en los que la persona, a través de acupuntura, reduce su ansiedad de comer.

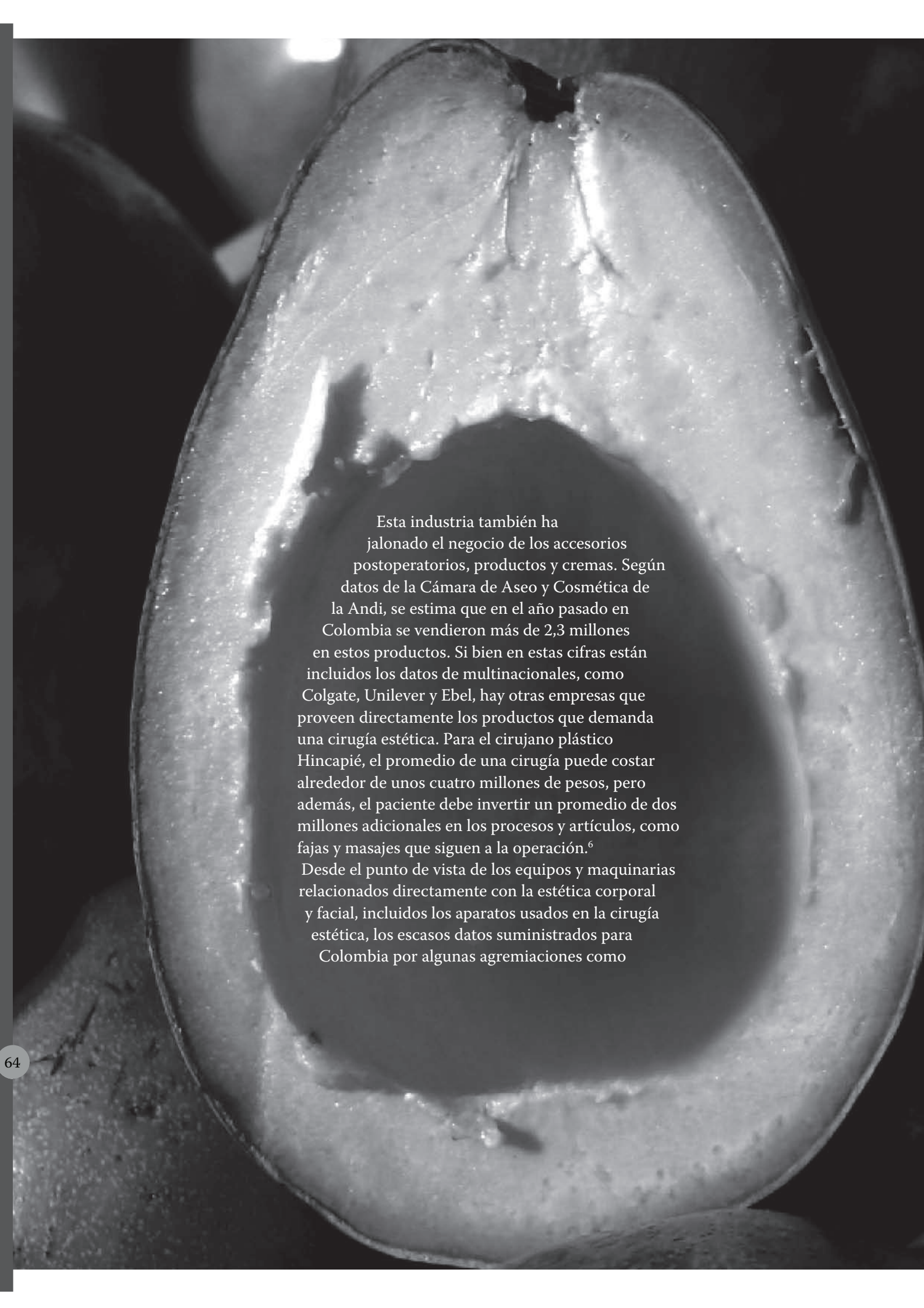
Pero no sólo la apariencia física importa, también la esencia es importante. La idea de armonizar cuerpo y espíritu ha dado paso a la creación del negocio del *spa*, palabra originaria de Bélgica que significa fuente de agua mineral, y que consiste en todo un complejo de salas de masajes. La capital del Valle cuenta con lugares que invitan a la perfecta relajación, al desbloqueo mental, al encuentro con el espíritu a través de una serie completa de baños con esencias que el cliente puede elegir entre florales, frutales, minerales y vegetales y con o sin masajes. Técnicas de relajación como la cromoterapia, por ejemplo, permiten la proyección de la luz de los colores sobre el cuerpo humano para reducir el dolor y activar la circulación.

No solo la apariencia física importa, también la esencia es importante. La idea de armonizar cuerpo y espíritu ha dado paso a la creación del negocio del spa.



El comercio en Cali también se acomodó muy rápido a la proliferación de las clínicas estéticas. La llegada de una nueva figura exigió un cambio en la forma de vestir: ahora es necesario mostrar al público las nuevas adquisiciones. Las boutiques de reconocidos y no tan reconocidos diseñadores de moda, ofrecen la vestimenta apropiada para que hombres y mujeres luzcan sus nuevos atributos.


La proliferación de estos pequeños locales con escaparates que muestran maniqués y dependientas con cuerpos perfectos, con razones sociales que recuerdan antiguos nombres burgueses, mostró que la industria de la belleza no sólo es una aglomeración de clínicas y de centros estéticos sino un emporio en el que participan y se benefician no sólo los profesionales de la salud, sino también comerciantes y diseñadores de moda.



Esta industria también ha jalonado el negocio de los accesorios postoperatorios, productos y cremas. Según datos de la Cámara de Aseo y Cosmética de la Andi, se estima que en el año pasado en Colombia se vendieron más de 2,3 millones en estos productos. Si bien en estas cifras están incluidos los datos de multinacionales, como Colgate, Unilever y Ebel, hay otras empresas que proveen directamente los productos que demanda una cirugía estética. Para el cirujano plástico Hincapié, el promedio de una cirugía puede costar alrededor de unos cuatro millones de pesos, pero además, el paciente debe invertir un promedio de dos millones adicionales en los procesos y artículos, como fajas y masajes que siguen a la operación.⁶

Desde el punto de vista de los equipos y maquinarias relacionados directamente con la estética corporal y facial, incluidos los aparatos usados en la cirugía estética, los escasos datos suministrados para Colombia por algunas agremiaciones como

Aprofest (Asociación de profesionales de la estética), FENALCO, la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica (SCCP) y la Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología Cosmética (ACCYTEC) y gerentes de empresas del sector, dan cuenta que en Colombia el mercado de los equipos movió en 2002, aproximadamente 50 millones de dólares –un valor que supone un 0,06% del PIB Colombiano⁷– cifra que no tiene en cuenta, por supuesto, los ingresos generados en la prestación de servicios por las numerosas clínicas de estética, belleza, peluquerías, gimnasios, etc., que son los usuarios directos de estos aparatos.

A pesar de la falta de registros sobre el funcionamiento del sector, todos están de acuerdo en que la industria de la belleza está cambiando a Cali y a los caleños y es su nuevo motor de desarrollo. 

(1) Tomado de www.Dinero.com

(2) El sector de maquinaria y equipos para la estética y Belleza en Colombia. Notas Sectoriales. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Colombia. Febrero 2005

(3) Estructura productiva y de Comercio Exterior del departamento del Valle. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Junio del 2004.

(4) Agenda Interna para la Competitividad y Productividad. Documento regional Valle del Cauca. DNP. Junio 2007.

(5) Es frecuente encontrar en las páginas del Internet anuncios sobre estos paquetes. Por ejemplo, en el 2006 una empresa caleña ofrecía un paquete de navidad para la cirugía de senos de dos personas que incluía: alojamiento en habitación doble, alimentación, transporte, cita inicial con cirujano plástico, cirugía en la mejor clínica de Cali, medicamentos durante y después de la cirugía, citas de control post-quirúrgicos, dos brasieres especiales para cada persona, acompañamiento mientras estuviesen en la ciudad. Su valor oscilaba alrededor de 2950 dólares (tomado de www.habitamos.com/post/751025/cirugia_plastica_en_cali_facilidades_de).

(6) Tomado de www.Dinero.com

(7) El sector de maquinaria y equipos para la estética y Belleza en Colombia. Ídem.



Fotografías: Bibiana Peña