

Rusia

una oportunidad de negocio para el sector médico-estético español

Rusia constituye sin lugar a dudas un mercado muy interesante tanto para médicos como para fabricantes del sector médico-estético español. Aunque las previsiones de crecimiento para el próximo año en Rusia se sitúan en algo más del 1%, el mercado de la Medicina Estética en ese país se encuentra en pleno desarrollo. No hay que pasar por alto que, según datos de un artículo firmado por Anna Kuchma en el medio digital www.rusiahoj.com, el ritmo de crecimiento anual del sector privado en ese vasto país se mueve en el entorno del 15%.

La cirugía estética no está aún aceptada del todo en Rusia

Hemos hablado con Maria Shlufman y Elena Tolstenkova, socias de la empresa Med Service, especializada en el asesoramiento integral para pacientes rusos (residentes o no en nuestro país) y que desean realizarse una intervención médica en España. “Asesoramos a pacientes para todo tipo de especialidades médicas, pero una de las más demandadas es la cirugía plástica, sobre todo en su vertiente estética, además de la estética dental”-nos dicen.

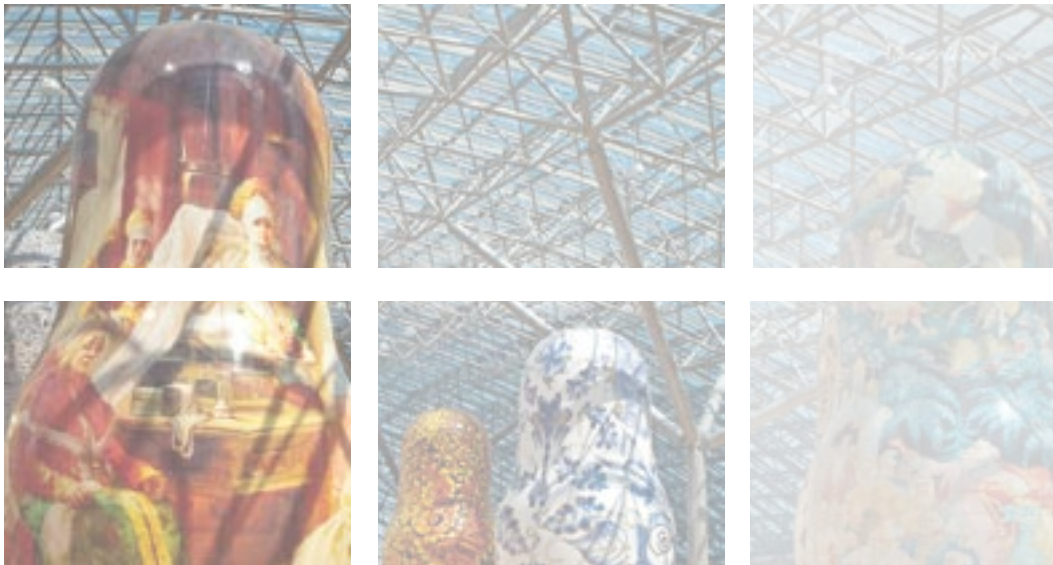
Maria Shlufman explica que “en Rusia, la Medicina Estética está generalizada y aceptada, pero no así la cirugía plástica: aún



existen prejuicios respecto a las intervenciones estéticas con cirugía, se consideran en cierta forma una frivolidad”. “Por ello – sigue explicando Maria –, muchos pacientes aprovechan sus vacaciones para intervenir en España, de modo que regresan a su país con un aspecto mucho mejor y sin tener que dar explicaciones”.

España: servicios médicos de primer nivel

Med Service cuenta con un amplio portafolio de clínicas y de especialistas en Ciru-



gía Plástica y Medicina Estética, que garantizan al paciente el mejor servicio y a un precio competitivo. “España se encuentra en el primer nivel en calidad de servicios médicos y cuenta con la ventaja añadida de que los precios son muy competitivos” – explica Maria Shlufman. “Nosotros garantizamos a nuestros pacientes intervenciones de alta calidad, con los mejores especialistas y a precios de mercado, les asesoramos desde el comienzo hasta el final –preoperatorio, intervención, postope-

ratorio, tratamientos complementarios...- y les acompañamos para ayudarles con el idioma si lo necesitan y para asegurarnos de que reciben el mejor servicio”.

Además de los servicios propiamente médicos, Maria y Elena se ocupan también del resto de necesidades del paciente. “A través de nuestra empresa Royal Service, especializada en turismo, -explica Elena Tolstenkova- nos ocupamos de cubrir todo lo que necesita el paciente en su viaje a España: alojamiento, comidas, ocio... Nuestro asesoramiento es integral”.

Un mercado cosmético en auge

Con datos correspondientes a 2012 aportados por la agencia de comunicación del Congreso Internacional de Medicina Estética para Europa del Este (AMWC EE), Rusia es el mercado más importante del mundo para el área de cosmética, con un crecimiento sostenido desde 2004 que se cifra en un 21%. En cuanto a los principales importadores de productos de perfumería y cosmética para Rusia, Francia ocupa el primer lugar, con el 27% del total, seguido de Alemania (13%) y Polonia (10%). España también figura en el ranking de principales, en el último lugar, con un 2% del total de ventas.

El Congreso AMWC EE se celebrará en Moscú del 31 de mayo al 1 de junio de este año y está prevista la asistencia de unos 1.200 congresistas y 60 casas comerciales.

DRA. CARMEN BALLESTERO:

“En España tenemos servicios médico-estéticos de alta calidad y en los países del Este lo saben”



La doctora Carmen Ballester cuenta con una experiencia profesional de más de 30 años de trabajo en el campo de la Medicina Estética en Barcelona. Familiarizada con el paciente de Europa del Este, nos explica sus particularidades: se trata de un paciente bien informado, sensible al precio y con poco tiempo disponible, que conoce la calidad de la Medicina Estética en nuestro país.

En su experiencia, ¿cuál es el paciente tipo procedente de Europa del Este?

Es un tipo de paciente de clase media y clase media alta, con unos ingresos económicos fijos, que viene a España de vacaciones o tiene aquí una segunda residencia, de modo que pasa largas temporadas en nuestro país. Se trata de pacientes que habitualmente ya se han realizado o se realizan tratamientos médico-estéticos en Ru-

sia, por lo que están muy informados de los tratamientos que existen en el mercado y de sus precios aproximados.

¿Qué particularidades y diferencias tiene respecto al paciente español?

Hay una gran diferencia. El paciente procedente de Europa del Este está muy informado y con la idea ya preconcebida del tratamiento que se quiere realizar. Su principal diferencia con el paciente español es que, aunque también llegue muy informado, permite la opción al médico estético de dar su opinión sobre el tratamiento más conveniente para él o ella. Otra diferencia es que cuando el paciente de Europa del Este llama por teléfono al centro médico para informarse, siempre pregunta el precio del tratamiento que solicita antes de pedir cita y, si no le interesa, ya no la pide.

¿Cuáles son los tratamientos más demandados por estos pacientes?

Aquellos en que no se necesitan realizar muchas sesiones, ya que normalmente el paciente ruso sólo dispone del periodo vacacional para estar en España. Por ello, los más solicitados son la toxina botulínica y los rellenos faciales.

¿Está creciendo el número de ciudadanos rusos que acuden a España a realizarse intervenciones estéticas?

Es lógico que crezca, ya que la reputación de la Medicina Estética que se realiza en España es muy alta. Tenemos servicios de alta calidad y esta información ha llegado a los países del Este. Saben que en España disponemos de profesionales muy bien formados que cuentan con una gran experiencia.

JUST TRECEÑO:

“Escoger un buen distribuidor que conozca todos los pormenores del negocio es de vital importancia”

Just Treceño y Jordi Moreno son fundadores y directores de la empresa Real Lasting. Desde hace dos años, se encuentran inmersos en la exportación a Rusia de su producto para intralipoterapia Aqualyx®, y actualmente están dando los primeros pasos para hacer lo propio con el anticelulítico Alidya™.

¿Cómo valora el potencial del mercado ruso en el sector médico-estético?, ¿cree que va a aumentar la demanda?

El mercado ruso es muy potente y está en expansión. Además de que sus habitantes invierten mucho tiempo y dinero en estar a la última, por su extensión y por su posición geográfica, es muy interesante: Rusia está cerca de Asia y de Europa, lo que hace que reciba muy rápidamente las técnicas y productos que están más de moda en cada zona y los apliquen con mucha profesionalidad.

¿Cuánto tiempo lleva su empresa abriendo mercado en ese país?

Empezamos a exportar nuestro producto Aqualyx® hace ya más de dos años. En estos momentos estamos en proceso de registro del anticelulítico Alidya™.

¿Qué resultados ha obtenido?

Una vez registrados los productos en el país, la evolución de las ventas es rápida, pero requiere de mucha atención y formación a los profesionales rusos, para asegurarnos de que quien los use, lo haga indicándolos bien y con la técnica correcta. Rusia es un país muy grande y no siempre existen los mismos estándares de formación por parte de los especialistas. Escoger un buen distribuidor que conozca todos los pormenores es también de vital importancia.



¿Cuáles son los principales retos que ha tenido que superar?

Sinceramente, es un país complicado. Lo ideal, desde mi punto de vista, es dar con la empresa colaboradora adecuada. Se deben conocer bien los pormenores del sistema para avanzar rápidamente, sobre todo con los registros, y garantizar una cobertura completa del país. Una vez solucionados estos problemas, otro punto difícil es el idioma, ya que poca gente habla inglés. También hay que saber que las zonas “hay que pisarlas”, con lo que es necesario viajar allí con frecuencia para garantizar que todo funciona como deseas.

Just Treceño (izquierda) y Jordi Moreno (derecha), fundadores y directores de Real Lasting.

¿Existen empresas intermediarias públicas o privadas que faciliten el proceso?

No sé si existen empresas públicas. Nosotros hemos basado nuestro sistema de negocio en contar con un buen distribuidor.

¿Qué recomendaría a otras empresas del sector que se estén planteado comercializar sus productos en Rusia?

Fundamentalmente, que no les dé pereza viajar y que busquen y encuentren al “partner” adecuado.