

ALTONIVEL®

TU PODER DE DECISIÓN

La Grupo
Multisistemas
seguridad
ya no es
opcional:
es estratégica

Por • Valentín López

MERZ AESTHETICS EFICACIA, PRODUCTOS SEGUROS Y MUCHA CIENCIA DETRÁS

Sin clínicas propias ni presencia directa frente al paciente, la compañía apuesta por la ciencia, la capacitación médica y tratamientos que realzan la belleza natural para consolidarse en el mercado de la medicina estética.

No es una compañía que busque protagonismo en el punto de venta ni una marca que el paciente identifique de inmediato al entrar a una clínica. Sin embargo, Merz Aesthetics se ha ido posicionando en México como un actor relevante dentro de la medicina estética. Su estrategia no es tener clínicas propias, sino enfocarse en lo que hay detrás de cada procedimiento y en cómo se construye la experiencia.

"Merz Aesthetics es una empresa de medicina estética que se dedica a ampliar la confianza de las personas, porque queremos que la gente luzca mejor y, por ende, viva mejor", explica Carlos Orellana, director general de la compañía en México. A partir de ahí, la empresa arma su operación: productos, ciencia y una inversión constante en formación médica.

Su portafolio está bien definido. "Hay cuatro categorías principales: toxina botulínica, bioestimulación, ácido hialurónico y una tecnología de punta, Ultherapy Prime, para poder hacer un lifting facial sin cirugía", detalla Orellana. Todos son procedimientos



Carlos Orellana
Director general de Merz
Aesthetics en México

minimamente invasivos; soluciones que permiten intervenir sin pasar por un quirófano, algo que responde a una tendencia que tiene que ver con tiempos de recuperación, con el tipo de resultado que se busca y, sobre todo, con una idea distinta de belleza. La gente hoy busca ajustes más sutiles, y es aquí donde la compañía ha encontrado un espacio para posicionarse.

La decisión de no estar

Lo que llama la atención de Merz es justo lo que no hace. No tiene clínicas propias ni una red directa de atención, pero lo hace a propósito. "Lo que ofrecemos es eficacia, la seguridad de nuestros productos y mucha ciencia detrás. Donde invertimos mucho es en educar a los médicos. La idea es que, cuando alguien vaya a una clínica que utiliza nuestros productos, pueda tener la seguridad de que está con un profesional capacitado en anatomía facial, entrenado para aplicar los tratamientos con eficacia y seguridad, tal como espera cualquier paciente", explica el directivo. Cuando un médico está bien preparado, se refleja directamente en el resultado.

Con esto podemos entender por qué Merz apuesta por la capacitación médica como eje de su estrategia. La medicina estética ha crecido muy rápido, pero "hay mucha gente que no es profesional. De repente ves consecuencias que pueden ser muy serias cuando no se conoce bien la anatomía facial", advierte el directivo.

En México, la compañía ha ido creciendo porque ha logrado conectar con gente que ya no quiere cambios estéticos drásticos, sino mejoras sutiles que la hagan sentir más segura, confiada y cómoda en su día a día.

Además, "aquí no estamos hablando de pacientes enfermos, sino de personas que quieren verse mejor. Entonces la exigencia de esos pacientes es altísima", así que la formación deja de ser un plus y se vuelve algo imprescindible.

Otro punto que también pesa es el criterio estético. "Hay gente que tiene una idea de belleza más exagerada, de rellenar demasiado o de hacer cambios muy notorios", comenta Orellana. Merz Aesthetics ha decidido tomar distancia de ese estilo. "Nosotros apostamos por la naturalidad; que la gente se vea bien, pero que siga viéndose como ella misma. Si no, creo que se termina dando una mala imagen a toda la categoría".

Quién se preocupa por verse mejor

Durante mucho tiempo, los tratamientos estéticos parecían dirigidos a un grupo muy específico. "Antes, los clientes eran gente de más de 50 años", recuerda Orellana. Hoy el mercado es distinto y más amplio. Por un lado están los ejecutivos, que cada vez cuidan más su imagen. "Quieren verse bien porque eso les da seguridad, proyectan confianza y se ven mejor". Más que la estética, buscan que su presencia se perciba positiva. Por otro lado, hay generaciones que empiezan a preocuparse por la estética más pronto. "La generación Z, por ejemplo, está interesada en retrasar los signos del envejecimiento en etapas tempranas". Estos cambios alteran la dinámica del mercado: ahora se da prioridad tanto a la prevención como a la corrección.

Al mismo tiempo, están surgiendo nuevas oportunidades. "Hay medicamentos que ayudan a bajar de peso de forma importante, y eso puede dejar la piel flácida. Ahí, la bioestimulación regenerativa puede ser muy útil, y para nosotros es un campo muy prometedor".

Crecer con consistencia

En nuestro país, Merz Aesthetics está teniendo un avance constante. "En el último año crecimos 14%, y hoy nuestro driver de crecimiento es el lanzamiento de Ultherapy Prime". Este desempeño ha colocado a México en una posición relevante dentro del grupo. "Estamos dentro del top 10 para el corporativo", señala Orellana. Es un logro importante en una compañía que está presente en más de 90 países.

Además, Merz sigue innovando en sus tratamientos. "En bioestimulación estamos trabajando en nuevos estudios y tecnologías. Por ejemplo, desarrollamos un protocolo llamado Regen Lifting, que combina el bioestimulador con tecnología para regenerar y levantar la piel. También estamos introduciendo jeringas más ergonómicas para nuestros ácidos hialurónicos, las cuales facilitan la aplicación. Y, por supuesto, seguimos con Ultherapy Prime, nuestra tecnología de ultrasonido para levantar la piel de manera sutil", detalla Orellana.

Merz Aesthetics es una empresa alemana, con más de un siglo de historia, presencia global y más de 3,000 colaboradores. Sigue siendo familiar y privada, y en los últimos años ha duplicado su negocio en medicina estética. En México, su estrategia busca ser consistente. "Nuestra aspiración es que la gente se vea y se sienta mejor. Bien aplicados, nuestros procedimientos no tienen consecuencias", finaliza el directivo. (A)