

EMPRENDEDORES PLURAL HEALTH CARE

BREVES

Pasear y operarse en Argentina

Dólar alto y medicina de calidad, dos buenas razones para que los extranjeros elijan la Argentina a la hora de hacerse alguna operación. Plural Health Care les ofrece el servicio.



JORGE SANCHEZ

B to B Estamos trabajando con la fundación ExportAr para llegar a las corporaciones, dicen Cammi y Casciola.

Cecilia de Castro
cdecastro@clarin.com

Conocer el obelisco y, de paso, darse unas inyecciones de botox o, por qué no, destaparse las coronarias. Las dos cosas pueden hacerse en el mismo viaje. Ese es el servicio que les ofrece a los extranjeros la gente de Plural Health Care, un emprendimiento que surgió en 2005.

La conjunción de dólar alto con excelencia médica y sanatorios de calidad dio como resultado un servicio que tienta a los que viven en dólares o euros.

"Nos dirigimos a la alta complejidad y a la estética", explica Marco Casciola (43), director comercial y socio de la empresa que fundó junto con Ludovico Cammi (45), Gustavo Minicucci (41) y Dario Morán (41).

La compañía es un desprendimiento de Plural Assistance, que ofrece asistencia al automóvil y el hogar. "Usamos la infraestructura y el know-how pero ésta es una nueva empresa que se genera con otros socios", dice Casciola.

Con una inversión inicial de 250.000 dólares diseñaron una página Web que aparece bien posicionada en los buscadores. Allí ofrecen especialidades como cardiología, neurología, odontología, fertilidad y estética.

Plural Health Care les ofrece a los extranjeros un paquete que incluye el pasaje y un asistente personal que los espera en Ezeiza y los acompaña a todas las con-

sultas médicas.

"Además, les damos un teléfono celular para que puedan comunicarse con nosotros las 24 horas. Les conseguimos el hotel y podemos organizar city tours".

Tienen una red de profesionales y sanatorios, entre los que están el Fleni, el hospital Alemán, la clínica Uriburu y el Instituto de la Visión.

El otro 60% de los viajeros viene a hacerse algún arreglo estético como lifting, liposucción o un implante capilar.

El otro 60% llega al país para someterse a alguna cirugía de alta complejidad, como pueden ser las cardiológicas y las neurológicas.

También se hacen los cinturones gástricos y tratamientos de fertilidad. Los viajeros llegan des-

de España, Inglaterra, Chile y Paraguay y, principalmente, de los Estados Unidos.

Cuando al *turipaciente* le dan de alta y vuelve a su país, la gente de Plural Health Care hace un seguimiento posoperatorio. "Vamos viendo cómo es la evolución".

Claro que no todos están tan apurados por tomar el avión de regreso. Muchos de los que se hacen las cirugías estéticas u oftalmológicas, contratan *city tours*.

"Los que vienen por alta complejidad suelen aprovechar para conocer la ciudad antes de la operación, mientras se hacen todos los estudios".

El negocio del turismo médico marcha bien. "En 2007 facturamos \$ 130.000 mensuales y el

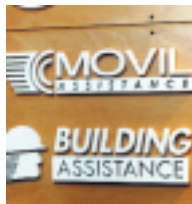
★ LOS DATOS

64,40%

De las cirugías plásticas en la Argentina se las realizan personas entre los 21 y los 50 años. Los mayores de 50 representan el 32,54%.

13,74%

De los procedimientos hechos a mujeres fueron la aplicación de botox. Entre los hombres, el 15,37% eligió esta técnica.



Fuente: RevistaCirujanosPlasticos.com

objetivo es llegar a fin de año con una facturación de \$ 230.000 por mes".

Business to business

Hasta el momento viajaron 75 personas, pero los emprendedores van por más. Ahora están apuntando al *Business to Business* (B to B).

Para eso, están trabajando con la fundación ExportAr desde hace cinco meses.

"Apuntamos a captar empresas o corporaciones que necesiten nuestros servicios. Pueden ser compañías de seguros, empresas de salud o grandes corporaciones que reaseguran los servicios de salud en el exterior.

"General Motors, por ejemplo, emplea a cincuenta mil personas, y este tipo de compañías tiene sus propios planes de salud. En vez de pagar fortunas en los Estados Unidos para una operación pueden contratar nuestros servicios", se entusiasma Marco Casciola.

Hoy Plural Health Care es corresponsal de la multinacional Mondial Group, de Mondial Assistance, que les manda pacientes.

India, que tiene medicina de buena calidad, es uno de los principales países con el que compete la Argentina en servicios internacionales de salud.

Pero, según dicen los emprendedores, hay una ecuación que nunca falla: calidad médica + cultura + bellezas naturales = Argentina. Además del dólar alto, claro.

CONVERGENCIA DE MEDIOS



Para comprender a quienes marcan tendencias en el uso de nuevas tecnologías, la Cámara Argentina de Centrales de Medios presentó la investigación "Convergencia de medios, comprendiendo a quienes marcan tendencia", que explica claramente el nuevo modelo de uso complementario de medios.

OFICINAS EN MEXICO

El Grupo Pragma Consultores abrió oficinas en México. La apertura se concretó luego de años de trabajo en la región y supone un gran desafío para la empresa, que tiene en ese mercado una amplia demanda de sus servicios.

COLECCION INVERNAL

Cheeky realizó la campaña de su nueva colección en Duchesnay. Allí se hicieron las tomas fotográficas en el exclusivo Hotel de Glace, a una temperatura promedio de veinte grados bajo cero.

Los extensos bosques nevados, los trineos llevados por perros siberianos y la arquitectura del hotel fueron el marco para mostrar la última colección de invierno.

PROGRAMA DE PASANTIAS

Kimberly-Clark lanzó su programa de Pasantías orientado a brindar oportunidades laborales a jóvenes universitarios en busca de su primer empleo. Este programa apunta a seleccionar a estudiantes universitarios talentosos para potenciar y desarrollar sus capacidades a partir de una experiencia de trabajo directa en la empresa. Kimberly-Clark realiza acuerdos individuales con el pasante.

MAS OPORTUNIDADES



Vicente Stagno, presidente de la FAETT, y Anne Marie Muntz, presidente de la Confederación Europea de Agencias Privadas de Empleo, participaron en el seminario "Más oportunidades de trabajo para más gente".