



La revolución del bienestar

Cómo ganar una fortuna en la próxima industria trillonaria

por Paul Zane Pilzer

RESUMEN EJECUTIVO

La industria del bienestar – productos y servicios para que la gente sana mantenga su salud - es un negocio de unos US\$200 billones al año, de los cuales la mayor parte se genera en ventas de vitaminas y membresía en gimnasios. En los próximos 10 años, se espera que aporte US\$1 trillón adicionales a la economía de Estados Unidos.

Se trata de una verdadera revolución en los negocios, comparable con la que produjo la industria automotriz o de las computadoras personales. Existen inmensas oportunidades para amasar fortuna para aquellos emprendedores, inversionistas o distribuidores que sepan aprovechar esta industria emergente desde temprano.

La industria del bienestar cambiará el sistema de salud que todos conocemos (y que el autor denomina industria de la enfermedad). Está basada en la pro-actividad y en el estilo de vida.

Pilzer comienza ilustrando el panorama de la industria de salud, así como de los recientes avances en biología y bioquímica celular, para luego describir paso a paso un plan que le permitirá ubicar su lugar en la revolución y ganar una fortuna.

¿Por qué necesitamos una revolución?

Varios filósofos y escritores han definido el término “revolución”. Entre ellos, el escritor inglés John Milton, que la definió como “el derecho de la sociedad a defenderse a sí misma contra abusos, creando un nuevo orden que reflejara las necesidades de la gente”. Para el filósofo alemán Immanuel Kant, “revolución” era un paso natural para el avance de la humanidad, mientras que G.W. F. Hegel, la definía como la autorrealización del destino de la humanidad.

Todos estos conceptos aplican para la revolución del bienestar. Esta industria surge como respuesta a la tiranía de la industria de los alimentos y de la enfermedad. El bienestar es el próximo paso natural hacia el desarrollo de nuestro destino y del avance de toda la humanidad.

Toda persona desea estar saludable y en forma. Este deseo universal ha creado un mercado que aún no está totalmente desarrollado, y que se convertirá en una industria trillonaria: la revolución del bienestar.

Muchos ya han comenzado a tomar conciencia de la importancia del bienestar. Pero el grueso de las personas aún no están conscientes de cómo sus decisiones afectan su salud: jamás han escuchado acerca de los productos de bienestar disponibles en el mercado.

Para comenzar, hay que entender cómo funcionan dos industrias fundamentales: la comida (US\$1 trillón) y la médica (US\$1,5 billones), que representan la cuarta parte de la economía total de los Estados Unidos. La revolución del bienestar es el resultado del desarrollo de nuevas tecnologías y descubrimientos en estos millonarios sectores.

Estos avances son innovaciones comparables a la antigua industria automovilística y de las computadoras personales. La primera vez que estos productos se introdujeron en el mercado, nadie percibía su necesidad o utilidad, pero una vez que estuvieron al alcance de todos, los consumidores entendieron sus múltiples usos y muy pronto transformaron completamente a la sociedad. Esto está por ocurrir con los productos para el bienestar, reflejando un patrón histórico que se repite. Los avances científicos logran crear nuevos productos al alcance de todos, que transforman la vida de las personas.

En el caso de la industria del bienestar, los grandes avances se han venido dando en los campos de la biología y la bioquímica celular. Dichos avances están creando productos que proveen y prometen mayor vitalidad y una vida más larga. A medida que las personas le den más importancia a mantenerse en forma y saludables, igualmente lo harán los mercados.

En la actualidad, muchas personas gastan dinero en salud sólo cuando se enferman, se lesionan, o asegurándose para prevenir estas situaciones. El negocio del bienestar, por el contrario, es proactivo. La gente escoge voluntariamente ser clientes porque quieren sentirse más saludables y disminuir los efectos de la edad, para evitar ser clientes de la industria de la enfermedad.

La industria de la alimentación

De acuerdo a estadísticas del Centro Nacional de Estadísticas de la Salud, para 1999 un 61% de la población norteamericana tenía sobrepeso y un 27% obesidad clínica. En su mayoría, estas personas provienen de bajos estratos económicos, ya que aquellos que tienen mayores ingresos y más educación, tienen una mejor nutrición y hacen más actividad física.

Desafortunadamente, es por esto que la industria de la comida tiene una gran ventaja: sus principales consumidores son personas con sobrepeso, que consumen mucho más que el individuo

de peso promedio. A eso hay que añadir que comer comida "chatarra" conlleva a un exceso de consumo, ya que los sabores químicos provocan comer de más.

La poderosa industria de alimentos bombardea constantemente con mensajes hechos para que la gente coma sin parar, comida que no aporta ningún beneficio. Paradójicamente, sus promotores más entusiastas evitan comer los productos que promueven.

La industria de la enfermedad

La industria de la enfermedad es apoyada por varios fenómenos, incluyendo las empresas farmacéuticas que alientan a los médicos a recomendar productos de marca a sus paciente, de manera de mantener los precios altos.

La mayoría de las empresas de salud están enfocadas en tratar los síntomas de las enfermedades, en lugar de intentar prevenir las enfermedades desde el principio. Les resulta mucho más rentable investigar y desarrollar productos para clientes de larga vida, especialmente cuando las compañías de seguros y los empleadores pagan la mayoría de los costos.

De la enfermedad al bienestar

En este sistema enfermizo, existe un gran campo para aquellos emprendedores que están a la búsqueda de una oportunidad para cambiar el paradigma de la enfermedad al bienestar.

Las recompensas potenciales para esta nueva industria del bienestar serán mayores aún cuando se halla decodificado el gen del envejecimiento. Esto traería como resultado inmediatos nuevos productos y servicios que todos querrían desesperadamente.

La mayoría de las fortunas que se amasaron en la década de los años 70 y 90 fueron creadas por personas que distribuían productos que no creaban ellos mismos (ejemplo: Sam Walton). Es por ello que la mayoría de las oportunidades de éxito se encuentran en la distribución de productos de bienestar, ya que la distribución consta un 70% u 80% del costo de la mayoría de productos vendidos al detal.

La demanda de bienestar

La revolución del bienestar no es una moda más. Cuenta con las cinco características de las industrias penetrantes que un emprendedor o inversionista debe buscar en un mercado con potencial de crecimiento:

1.- Es asequible: aunque muchos productos empiecen atrayendo sólo a las clases adineradas, eventualmente el precio debe bajar para permitir que sea atractivo para los mercados de masas. Antiguamente, los consumidores tenían que ir a tiendas especiales para adquirir productos y alimentos saludables. Ahora, los alimentos saludables se encuentran en supermercados e incluso en algunos restaurantes de comida rápida.

2.- Tiene "piernas": los productos deben poder bajarse de los estantes por si solos, sin la necesidad de promociones, una vez que haya sido adquiridos por un número considerable de per-

sonas. La industria del bienestar se promueve sola. Siempre que un consumidor muestre su buena salud o apariencia juvenil, los demás querrán lograr esas características.

3.- Es de consumo continuo: la gente debe querer utilizar los productos continuamente, ya que venderle a los consumidores existentes es mucho más económico que atraer a nuevos.

4.- Tiene atractivo universal: los productos deben atraer a un amplio y diverso universo de consumidores. El atractivo universal del bienestar es evidente, ya que toda persona, sin importar cuán saludable o en que forma esté, desea mejorar su salud y condiciones físicas cada vez más.

5.- Son de bajo tiempo de consumo: los consumidores ocupados deben poder adquirir y utilizar el producto o servicio de forma fácil y en corto tiempo.

Dentro del 39% de la población norteamericana que no tiene sobrepeso se encuentra un grupo creciente de personas que están comiendo y viviendo de forma más saludable. Entre estas personas están altos ejecutivos de negocios y celebridades, que han adoptado un estilo de vida sano, basado en una buena dieta, ejercicio, vitaminas, suplementos nutricionales, y técnicas médicas preventivas, lo que trae como resultado un envejecimiento más lento.

Este estilo de vida puede expandirse a través de la industria del bienestar que consiste en diversos negocios:

- 1.- Vitaminas y suplementos nutricionales.
- 2.- Cirugía plástica cosmética, cirugía voluntaria de ojos y dermatología cosmética.
- 3.- Ingeniería genética (que incluye la escogencia del sexo y mejoras en fertilidad).
- 4.- Medicina preventiva.
- 5.- Cuentas de ahorros médicos y seguros de salud (bienestar) con altos deducibles.
- 6.- Gimnasios (incluyendo entrenadores) y equipos de entrenamiento y atletismo.
- 7.- Restaurantes de comida saludable.
- 8.- Productos farmacéuticos de uso voluntario (Viagra para la impotencia y Rogaine para la calvicie).

Estos negocios generan hoy en día unos \$200 billones anuales, y para el 2010 se espera que lleguen al trillón de dólares. En buena medida, el potencial que tiene esta nueva industria se debe a los esfuerzos del autor y emprendedor JI Rodale, quien comenzó su revista *Prevention Magazine* en 1954. Desde el principio, tuvo fuertes batallas legales con la *Federal Trade Commission* (Comisión Federal de Comercio) que intentaba impedirle que vendiera sus libros y revistas, argumentando que sus consejos médicos no estaban comprobados. Con el tiempo el gobierno de Estados Unidos cedió al eliminar la obligatoriedad de demostrar la veracidad de lo publicado.

Esto le abrió las puertas al nuevo mercado de información de

bienestar. La revista *Prevention* ahora cuenta con unos 12 millones de lectores y la editora de Rodale publica más de 100 libros nuevos cada año sobre el tema.

Los “Baby Boomers” - personas nacidas entre los años 1946 y 1964 – son un segmento grande e importante de este nuevo mercado. Estos individuos están entrando en la edad de jubilación, y están particularmente interesados en productos de bienestar y salud. Estas personas no quieren aceptar de forma pasiva el proceso de envejecimiento y esperan mantenerse jóvenes y sanos. Seguramente, las personas de la generación X –nacidos entre 1965 y 1979- también adopten este enfoque activo.

Las oportunidades

Es necesario entender las distintas áreas de la industria del bienestar para poder decidir cuál es la mejor oportunidad para usted, ya sea que quiera invertir en ella, comenzar un negocio o expandir uno ya existente.

Los 3 grandes segmentos de la revolución del bienestar son:

1.- Alimentos: los alimentos brindan a los seres humanos tres beneficios fundamentales:

- Energía
- Materia prima para generar sangre, piel, hueso, cabello y órganos internos,
- Catalizadores para facilitar las reacciones químicas que convierten la comida en energía u órganos corporales.

La principal causa de la obesidad y otras enfermedades en Estados Unidos son el comer en exceso y la deficiencia en catalizadores y materia prima para generar los tejidos.

Muchas personas no consumen la cantidad necesaria de vitaminas y minerales a diario, debido a las alteraciones químicas que produce la comida procesada y rápida. En poco tiempo, estas deficiencias comienzan a manifestarse en cambios de humor, falta de energía, dolor en las articulaciones, fallos en la

vista, pérdida de audición, etc.

Existe una inmensa oportunidad de negocios para ofrecerle a la gente comida saludable y buena. Las fortunas más grandes en bienestar se crearán si se produce, encuentra, cosecha, transporta y prepara comida saludable, y se enseña a los consumidores a comer saludablemente. Por ejemplo, muchas empresas ya han comenzado a crear productos de soya que reemplazan alimentos diarios poco saludables.

2.- Medicina: muchos consumidores piensan erróneamente que su bienestar provendrá de la industria tradicional de la enfermedad – médicos, hospitales y empresas farmacéuticas. En realidad, la medicina de hoy está más enfocada a tratar los síntomas de las enfermedades que la enfermedad en sí.

La medicina moderna rechaza muchos tratamientos antiguos para enfermedades, porque en el pasado todavía no se contaba con la tecnología necesaria para explicar cómo podían funcionar estas prácticas.

Recientes desarrollos tecnológicos han demostrado que las principales funciones bioquímicas de las proteínas, vitaminas, minerales y suplementos nutricionales se encuentran en un nivel molecular dentro de las células.

Por tanto, una gran oportunidad en la industria del bienestar proviene de ofrecer productos que contribuyan a la calidad de estas reacciones moleculares, las cuales a su vez dependen de la calidad de construir defensas de materia celular, tales como amino ácidos, vitaminas y minerales.

3.- Seguros de salud: se puede encontrar una buena oportunidad de negocios en brindarle a los consumidores servicios financieros basados en bienestar, tales como seguros.

Los seguros de bienestar implican altos deducibles y recompensas por mantener un estilo de vida sano.

Este Resumido ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios en Hispanoamérica



SeguRed.com – El portal de la seguridad



Estadísticas e Investigación de Mercado Digital en Latinoamérica

¿Le gustó el Resumido? Compre el libro en: <http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=209>