



Roberto Rosso
Consultor de Marketing
Fundador y presidente de Key-Stone

Comenzamos una nueva sección que propone a sus lectores noticias e información sobre el mercado dental. En ella se tratarán las principales tendencias relativas a las técnicas, tecnologías y productos. Estos estudios de mercado son desarrollados por Key-Stone, una sociedad especializada en proyectos y servicios de marketing que, desde hace muchos años, se dedica a investigaciones de mercado para el sector dental en Europa. Las investigaciones se desarrollan según las técnicas estadísticas más oportunas que garantizan resultados muy significativos a nivel estadístico y en concepto de fiabilidad. Para más información: www.key-stone.it CON LA SUPERVISIÓN DE LA FEDERACIÓN DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA SANITARIA (FENIN)

Evolución del mercado Cad-Cam en España

Casi el 48% de los laboratorios protésicos españoles producen, aunque sólo ocasionalmente, cerámicas sobre estructuras fresadas con técnica Cad-Cam.

Este es el dato que destaca de un estudio muy reciente (enero 2009) realizado por la sociedad Key-Stone en el ámbito del Proyecto Dental Monitor.

La investigación, llevada a cabo parcialmente con la colaboración del FENIN, se ha basado en una entrevista telefónica realizada sobre una muestra representativa de 680 laboratorios protésicos.

Como se puede observar en el Gráfico 1, sólo una parte de los laboratorios —un 10% aproximadamente— posee un centro de

fresado interno, mientras que la mayoría de los que suministran prótesis fijas sobre estructuras fresadas se dirigen a centros de fresado externos.

El servicio externalizado puede ser completo (en el caso concreto, se envían los modelos al centro de fresado) o parcial, si el laboratorio cuenta con un escáner y se encarga de transmitir un archivo al centro de fresado.

Otras investigaciones cuantitativas demuestran cómo la tendencia a utilizar un escáner depende sobre todo de la voluntad del técnico de asumirse la responsabilidad del ciclo de elaboración. Un auténtico deseo de favorecer la evolución de la profesión por parte de los odontólogos españoles.

El envío del modelo, aun siendo más económico puesto que permite evitar importantes inversiones iniciales, sustrae al técnico una parte de su responsabilidad implicando, en menor medida, su habilidad: sin contar que hoy día se está haciendo demasiado complejo gestionar esta situación frente a una demanda elevada. Por este motivo, la compra del escáner se ha revelado un elemento irrenunciable e indispensable para no perder de vista la calidad del trabajo, si bien depende en larga medida de la cantidad de la demanda.

Es interesante observar cómo la mayoría de los técnicos que no trabaja sobre estructuras fresadas, tiene un problema de escasez de la demanda, porque de no ser así, tal

Estructuras fresadas con sistema Cad-Cam

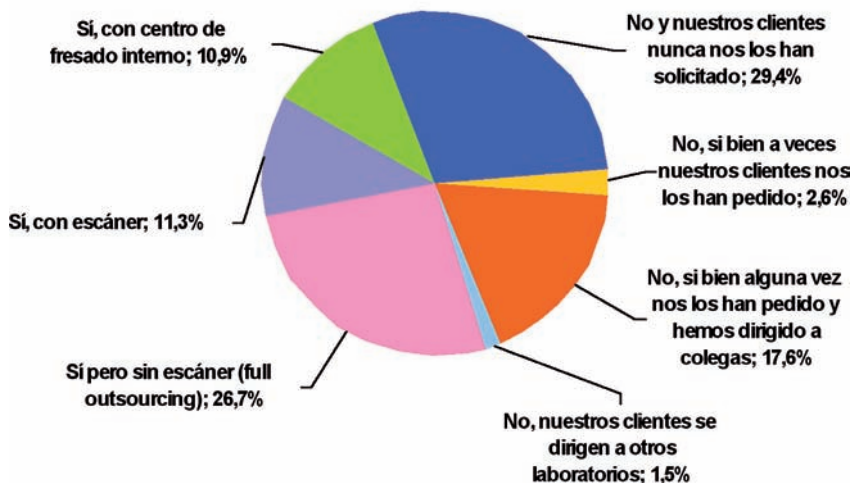


Gráfico 1. Estructuras fresadas con sistema Cad-Cam

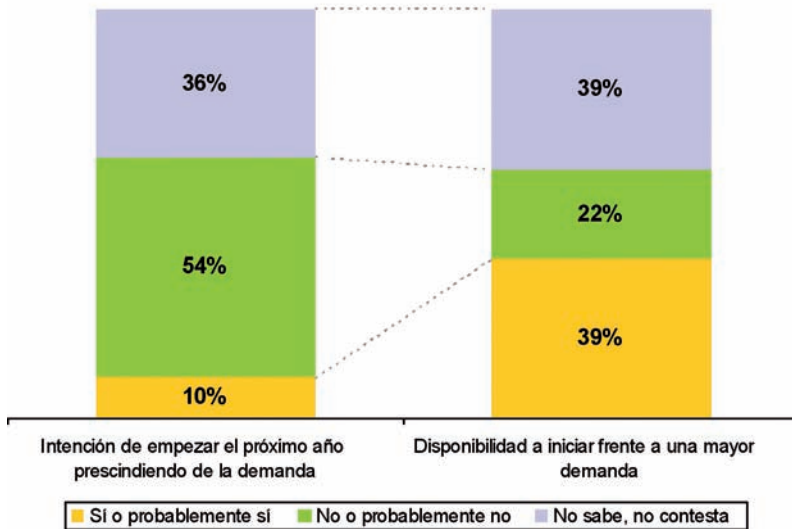


Gráfico 2. Intención de empezar a proveer cerámicas sobre estructuras fresadas con técnica Cad-Cam

y como demuestra el estudio, una parte de ellos se equiparía oportunamente.

En este ámbito, las industrias podrían desarrollar un proyecto de comunicación hacia dentistas y pacientes, eficaz para aumentar la atención y el conocimiento de estas nuevas metodologías productivas, que brindan ventajas funcionales y estéticas extraordinarias a los pacientes.

El 2008 ha sido, sin lugar a dudas, un año difícil para el sector de la prótesis; las respuestas de las personas entrevistadas indican una disminución global referida a los seis últimos meses, calculada alrededor de un 3,2%: se trata de una situación regresiva.

Del tercer gráfico (en el primer histograma a la izquierda) se desprende que la tendencia en los seis últimos meses ha sido estacionaria para el 50% de los entrevistados, un 30% ha registrado una disminución mientras que menos del 20% afirma haber registrado un crecimiento.

Las respuestas a la pregunta sobre el valor de la disminución o

del aumento, han permitido calcular una tendencia global que roza el -3% en número de elementos de cerámica.

Esta disminución interesa marginalmente las estructuras fresadas con técnica Cad-Cam que evidencian una situación de "estancamiento", como se puede apreciar en el histograma a la derecha del Gráfico 3.

En lo que respecta a las estructuras fresadas, destaca una cantidad mayor de respuestas de "negocio estacionario" que corresponde a un 54%, un 17% indica una situación negativa mientras que el 27% declara un desarrollo positivo de la actividad.

Para los elementos cerámicos sobre estructuras fresadas, la tendencia global del último semestre ha sido valorada en un +0,6%.

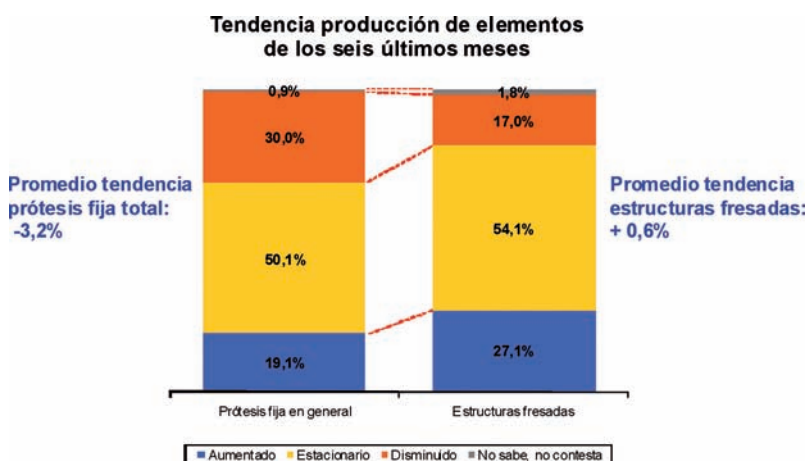
A pesar de la tendencia negativa del "sector prótesis", estas tecnologías —que tienen un valor agregado superior y desarrollan globalmente una cifra de negocios mayor— contribuyen a hacer frente a la situación actual en receso. Pueden, además,

resultar una oportunidad de crecimiento y evolución de la actividad del odontólogo, que desempeña un papel más moderno y apropiado para una profesión en extraordinaria evolución, que podría asistir progresivamente, en sentido metafórico, a la sustitución de la espátula por el ratón.

El empleo de estas tecnologías promueve la figura del técnico. De la compra del escáner hasta el "milling center", el laboratorio adquiere el significado de "empresa de alta tecnología", abandonando el concepto de "taller artesano" que sigue existiendo en el imaginario de una parte de dentistas y pacientes.

BOX

Los datos indicados en el artículo son el resultado de una investigación muy reciente OmniVision. El estudio ahonda en la posición de las principales marcas en lo que respecta a estructuras fresadas, escáner, "milling center" y cerámicas de revestimiento. También trata los principales temas relacionados con los motivos de compra y la previsión de la evolución futura.



ACERCA DEL AUTOR

Empresario en la consultoría de marketing, Roberto Rosso es fundador y presidente de Key-Stone, sociedad que desde hace diez años desarrolla proyectos y servicios en el ámbito del marketing estratégico y de la comunicación integrada. Desarrolla actividades de formación en los sectores de marketing, ventas y comunicación y es autor de numerosas publicaciones en estos ámbitos. Además es consultor de la Universidad de Turín y profesor de Marketing en la Facultad de Economías en el Master of Management.

Dirección de contacto:

roberto.rosso@key-stone.it