Roberto Rosso

Empresario en la consultoría de marketing, 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.

Dental Monitor es un sistema internacional de medición del sector de productos y equipos dentales para uso profesional.

El desarrollo del nivel tecnológico de las clínicas dentales españolas

(estudio realizado por iniciativa del Sector Dental de Fenin)

El nivel tecnológico de las clínicas dentales españolas ha aumentado de forma considerable, sobre todo en el área de diagnóstico y radiología.

Cabe destacar que más del 50% de las clínicas dentales posee un sistema radiográfico intraoral digital y más de un 30% de las clínicas declara poseer un sistema panorámico.

Estos datos, si se comparan con los datos de los principales países europeos, resultan equivalentes, pero lo que más sorprende es la extraordinaria tasa de desarrollo que se ha producido en los cinco últimos años.

Estos datos son el resultado de un nuevo estudio muy amplio encargado a la empresa Key-Stone por iniciativa del sector Dental de Fenin durante 2007, dentro del marco del proyecto Dental Monitor, sistema de medición y seguimiento del mercado dental en Europa. Con estos estudios, el sector Dental de Fenin quiere ofrecer a sus asociados nuevos servicios de información de mercado de gran utilidad para las compañías.

El estudio se ha llevado a cabo a través de una importante investigación de mercado realizada en el mes de diciembre de 2007 sobre una muestra de 1.075 clínicas dentales y se ha comparado con un estudio similar realizado hace dos años sobre una muestra representativa de más de 800 clínicas dentales.

El estudio también ha analizado el parque instalado de sillones, tema que también se trata en este artículo, ya que se presentan los datos principales referidos a los equipos e instalaciones de las clínicas dentales españolas.

La amplia muestra estadística ha permitido efectuar algunas segmentaciones geográficas, dividiendo la información según una distribución geográfica habitualmente utilizada por un importante instituto de investigación internacional: AC Nielsen.

El reparto Nielsen aglutina provincias españolas en función de proximidad geográfica y homogeneidad

	Áreas		Casos	%
Áreas Nielsen	Noreste Barcelona	Área1	211	19,6%
	Levante	Área2	151	14,0%
	Centro Madrid	Área3	236	22,0%
	Sur	Área4	229	21,3%
	Noroeste	Área5	128	11,9%
	Norte	Área6	120	11,2%
Total			1.075	100,0%

socio-demográfica, con el fin de poder analizar algunos fenómenos en distintas zonas.

El análisis geográfico puede resultar muy útil también en el sector dental al ser las características del mercado en algunos casos muy diferentes según las regiones.

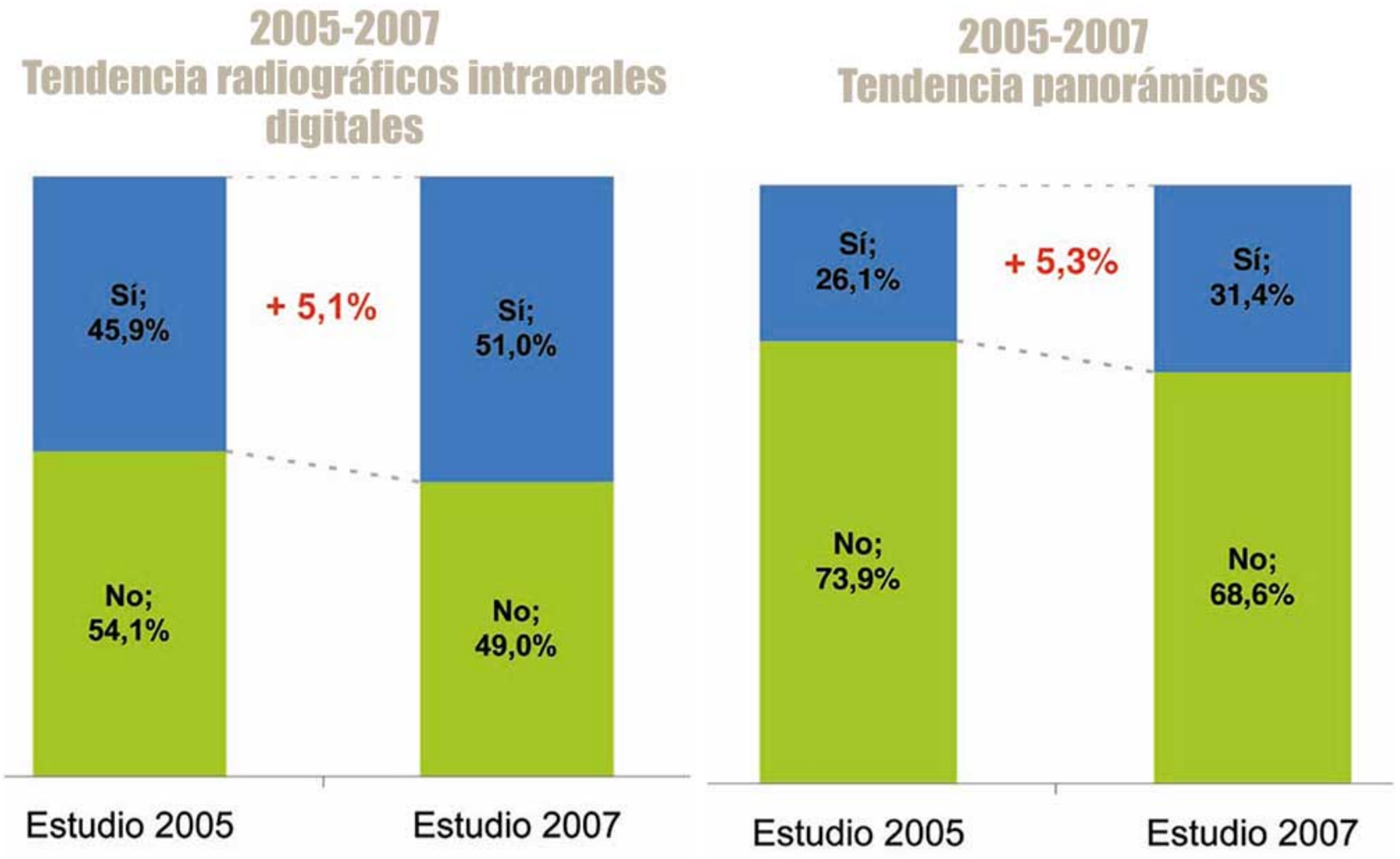
Con el objetivo de representar correctamente el mercado español, se han sopesado adecuadamente los casos analizados, teniendo en cuenta la distribución de las clínicas dentales en las distintas Áreas Nielsen y Comunidades Autónomas.

La tabla expone el reparto de la muestra estadística y, en el caso concreto, el porcentaje de casos en cada área representa el reparto efectivo de clínicas en distintas zonas.

Con respecto a la radiología intraoral digital, el análisis realizado hace dos años destacaba una buena disposición de los dentistas españoles a utilizar estas tecnologías. En 2005, el 45% de las clínicas poseía este tipo de sistema diagnóstico y, en los últimos dos años, prácticamente, el 10% de los que todavía no contaban con un sistema de radiografía digital intraoral ha invertido en este tipo de equipo

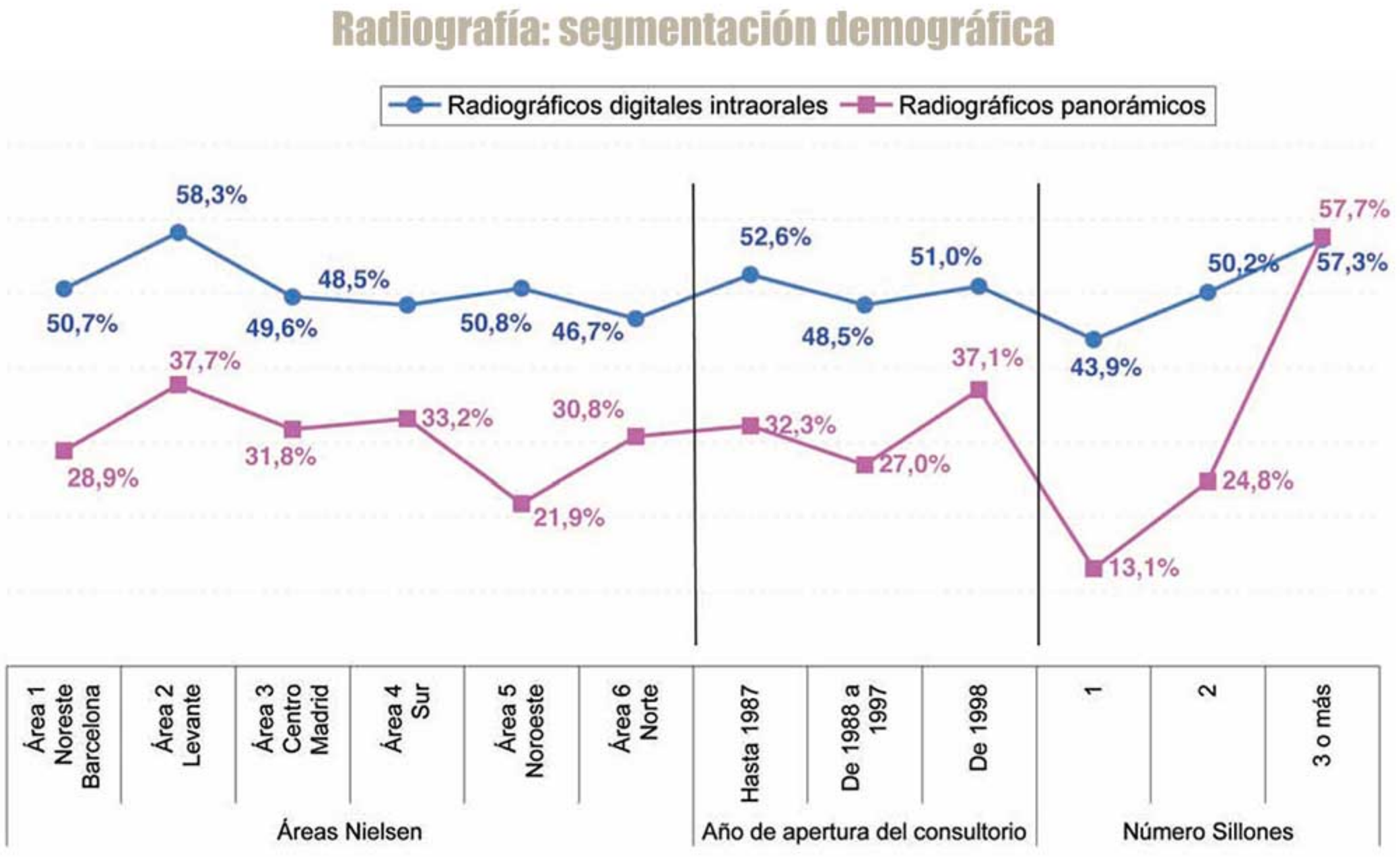
El porcentaje de clínicas que poseen como mínimo un sistema de radiología digital intraoral no difiere demasiado en las distintas áreas geográficas, pero depende en gran medida del tamaño de la clínica. Cuando las clínicas cuentan con tres o más sillones, el porcentaje de instalación de estos equipos aumenta, con lo que alcanza casi el 60%.

Por otro lado, las clínicas dentales con un sistema panorámico son menos frecuentes pero, sobre todo en este caso, es posible apreciar también un incremento sustancial de consultas equipadas con esta tecnología en los últimos años. Ello se debe tanto a una mayor sensibilidad de los dentistas que desean ofrecer el máximo del servicio a sus pacientes como a la investigación de la industria, que hoy día ofrece equipos muy fiables y de altas prestaciones a precios más competitivos respecto de unos años atrás y de dimensiones más reducidas que permiten equipar también a las clínicas que no pueden disponer de mucho espacio.



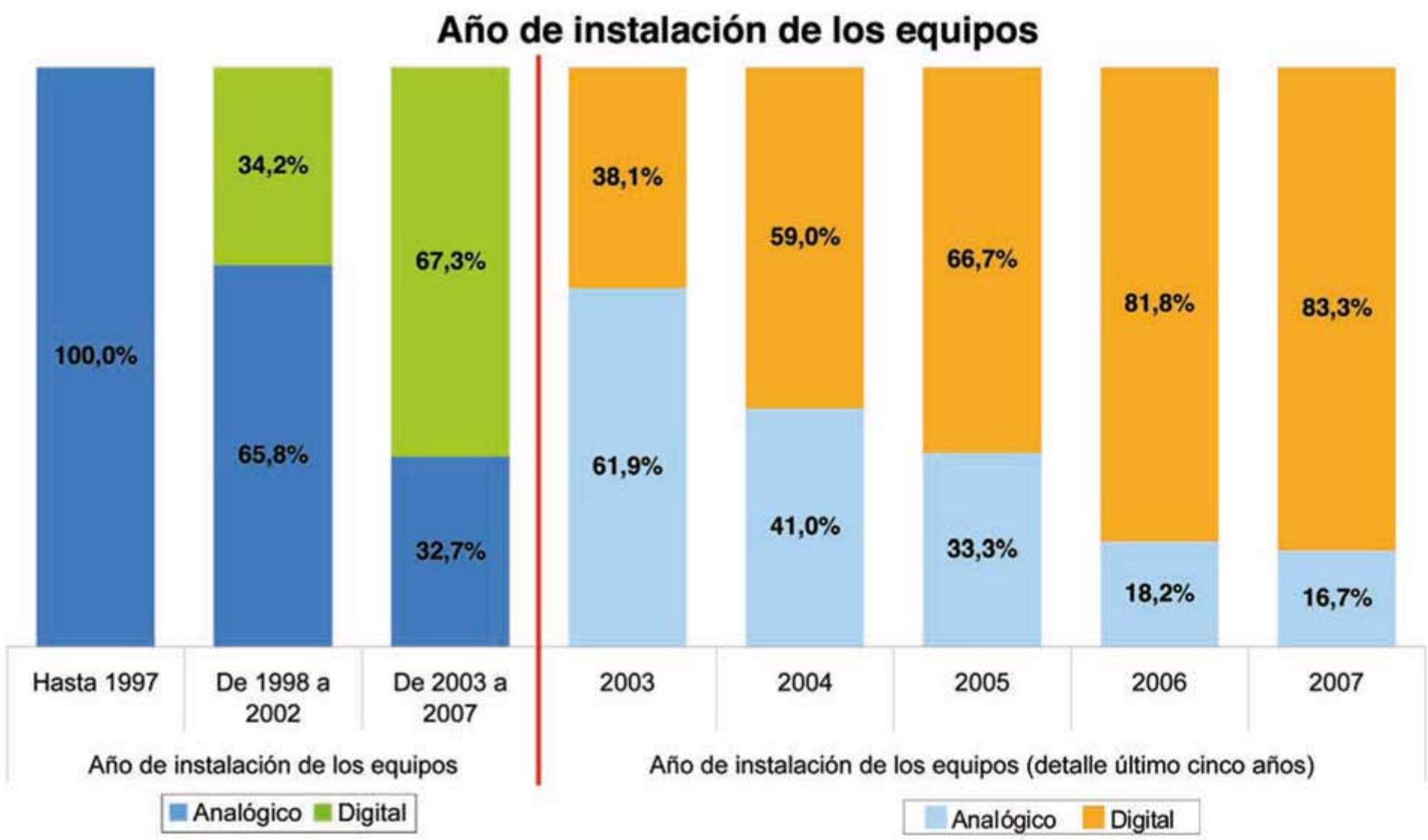
El análisis sobre la instalación de estos equipos de diagnóstico, según parámetros de segmentación demográficos y estructurales (Área Nielsen, Año de apertura de la clínica y Tamaño por número de sillones), muestra cómo son principalmente las dimensiones de la clínica las que determinan la presencia del equipo panorámico.

Si la radiografía digital intraoral está presente en el 44% de los consultorios con un solo sillón dental, la presencia de panorámicos en este tipo de clínicas es muy bajo.

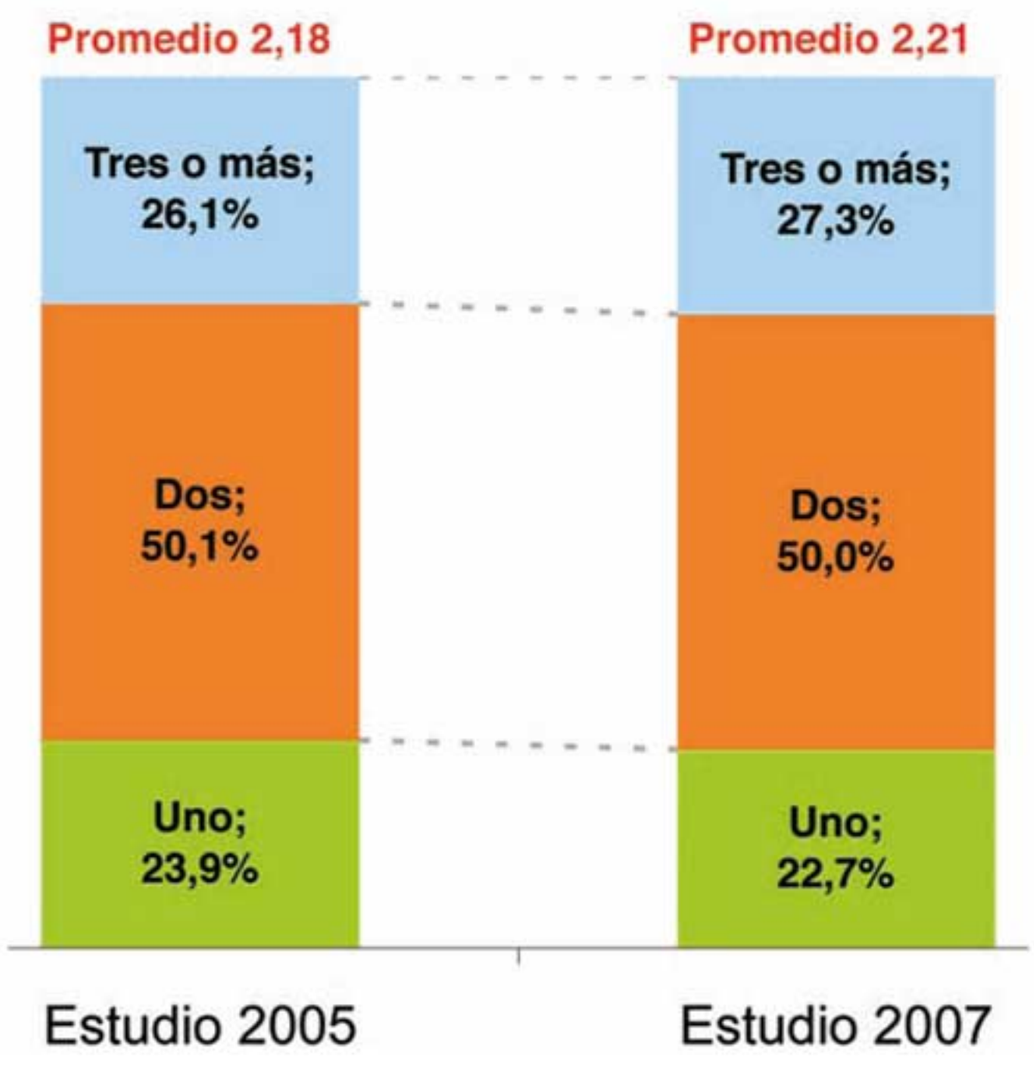


El desarrollo de los sistemas de diagnóstico digitales, en lugar de los analógicos, ha favorecido extraordinariamente el desarrollo del mercado de la radiografía panorámica, porque a la reducción de los costes y del espacio se ha añadido una mayor facilidad de gestión y de archivo de las imágenes.

Panorámico. Tipo de aparatos



2005-2007
Tendencia número de sillones



El desarrollo de la radiología digital, junto con la necesidad de gestión informatizada de la clínica dental, también ha favorecido ampliamente el uso del ordenador y, por consiguiente, de Internet para finalidades profesionales. Sin embargo, el mercado principal de los equipos dentales sigue siendo el de los sillones dentales.

En relación al parque de sillones instalados, se ha analizado el mercado según el número de equipos instalados en las clínicas privadas españolas y la diferencia con los datos obtenidos a finales de 2005.

El estudio ha permitido estimar las ventas de equipos dentales en unos 5.500 - 6.000 unidades en los dos últimos años. De ellos sólo un 10% ha servido para "ampliar" las clínicas dentales existentes, la mayoría de los nuevos equipos han sido adquiridos para reemplazar los equipos obsoletos y para abrir nuevas consultas.

El fenómeno de la apertura de nuevas clínicas es bastante importante en España que, con respecto a muchos otros países europeos, posee un elevado número de estudiantes que se licencian anualmente

en odontología: 1.300 aproximadamente entre universidad pública y privada frente, por ejemplo, a los 800 de Italia, 900 de Francia, 1.000 de Reino Unido, etc.

Obviamente, un alto número de personas recién licenciadas puede conducir a una mayor propensión a abrir nuevas clínicas dentales, normalmente después de algunos años de prácticas. Sin embargo, hay que considerar que, hoy día España cuenta con un dentista por cada 2.000 habitantes frente a los 1.100 de Italia, 1.500 de Francia, 1.200 de Alemania, todo ello en una lógica de homogeneización europea, se puede prever un desarrollo sostenido del mercado español en concepto de número de dentistas y de clínicas (Ffuentes: Ministerios de Educación y Sanidad, FIDE-ADDE).

En conjunto, se puede estimar que hay unos 40.000 equipos dentales instalados y, por tanto, resulta interesante evaluar este parque de equipamiento según su antigüedad.

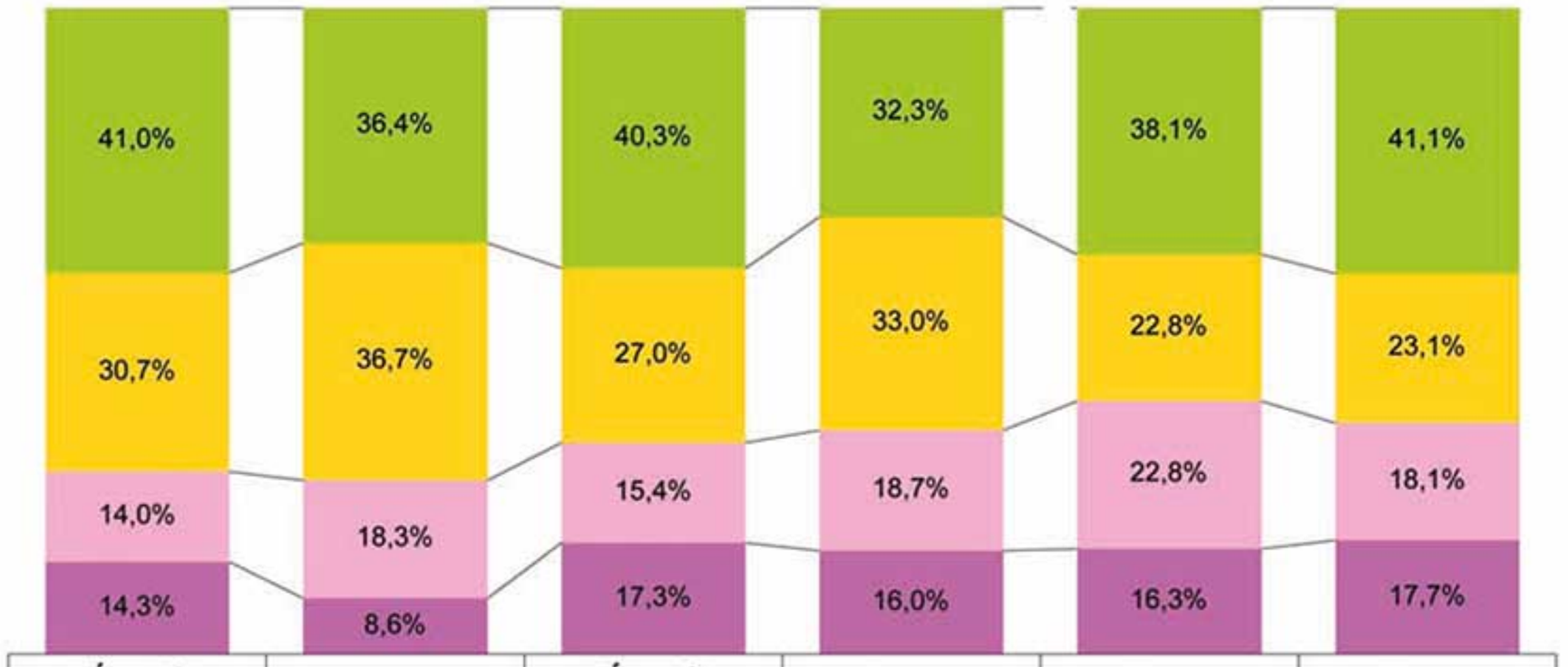
El gráfico de la derecha muestra el reparto por año de adquisición.

Se debe tener en cuenta que, actualmente, en España la edad media de los sillones es de ocho años y que las dos terceras partes de todos los sillones dentales instalados tienen menos de 10 años (38,1% "hasta cinco años" + 29,4% "de seis a 10 años"). Sin embargo, se destaca un gran potencial de sustitución referido a los sillones que tienen más de 15 años (estimados en más de 6.000 unidades).

La edad media del parque se ha mantenido constante, puesto que en 2005 era de casi ocho años y, teniendo en cuenta el aumento del tamaño de las clínicas y del número de los nuevas consultas abiertas, podemos afirmar que se compran casi 2.000 sillones cada año para reemplazar los equipos que se han vuelto obsoletos.

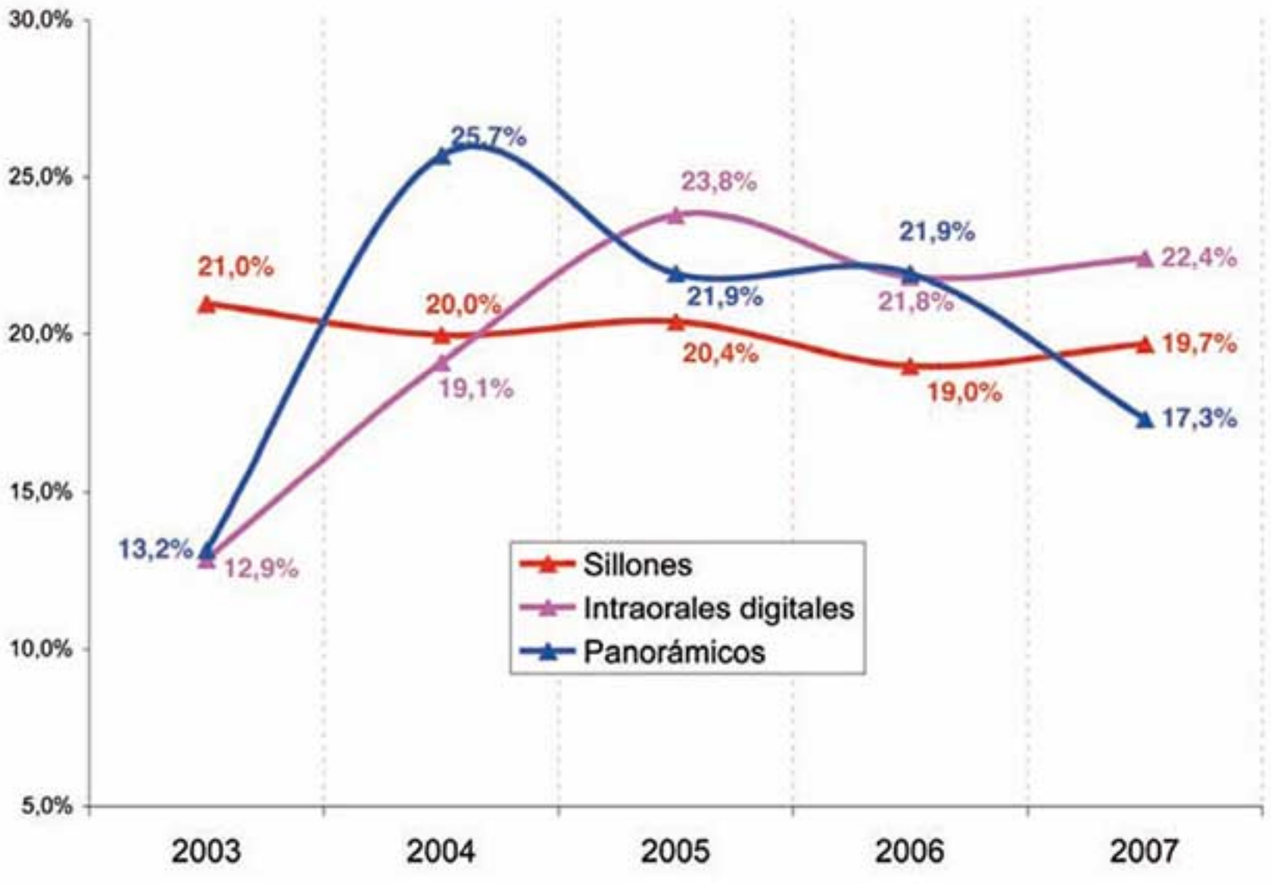
Edades parque sillones instalados

Edad del parque de los silones por áreas

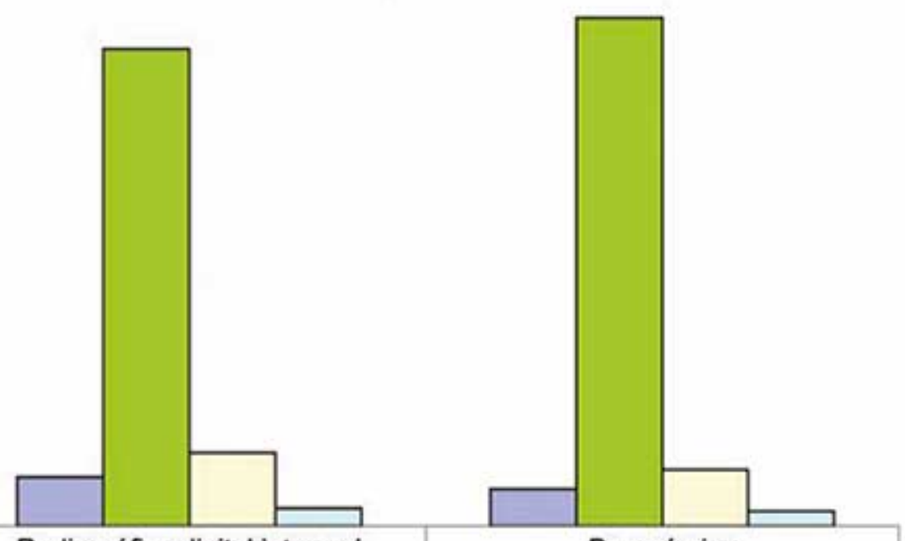


	Área 1 Noreste Barcelona	Área 2 Levante	Área 3 Centro Madrid	Área 4 Sur	Área 5 Noroeste	Área 6 Norte
hasta 5 años	41,0%	36,4%	40,3%	32,3%	38,1%	41,1%
entre 6 y 10 años	30,7%	36,7%	27,0%	33,0%	22,8%	23,1%
entre 11 y 15 años	14,0%	18,3%	15,4%	18,7%	22,8%	18,1%
más de 15 años	14,3%	8,6%	17,3%	16,0%	16,3%	17,7%

Venta de aparatos en los últimos 5 años



Intencion de compra en 2008



	Radiográfico digital intraoral	Panorámico
Sí	7,9%	6,0%
No	77,5%	82,6%
No sabe	11,8%	9,1%
No quiere contestar	2,8%	2,3%

Si observamos el fenómeno de la edad del parque instalado por áreas geográficas, podemos apreciar mínimas diferencias entre dichas áreas.

Si consideramos como oxbsoletos o casi obsoletos los equipos que tienen 10 años como mínimo (indicados en el gráfico con las dos áreas en color rosa) podemos observar que las zonas que cuentan con el parque de sillones instalado más antiguo son el Sur y las regiones del Noroeste (áreas Nielsen 3 y 5). La última parte se refiere al análisis de las ventas de equipos en los cinco últimos años. En la evaluación de este último periodo debemos tener en cuenta que la muestra utilizada es inferior y, por tanto, los datos son menos significativos a nivel estadístico pero se pueden apreciar algunos fenómenos que, en perspectiva, nos pueden proporcionar indicaciones útiles acerca del desarrollo futuro del mercado.

En referencia a los sillones, el gráfico muestra una tendencia mantenida de las unidades instaladas en los cinco últimos años. Se trata, pues, de un mercado suficientemente estable, para el cual no se prevén cambios bruscos.

Por lo que respecta a la radiografía digital intraoral, se aprecia un crecimiento importante de las ventas en 2004 frente al año anterior, seguido de una caída dentro de parámetros normales y de una cierta estabilidad pero con una tendencia a un ligero aumento.

Asimismo, para los sistemas panorámicos se observa este mismo fenómeno, aunque parece haber alcanzado su máximo crecimiento en 2004 para luego disminuir paulatinamente, por lo que es probable que se asiente sobre valores ligeramente más bajos respecto a los actuales, salvo que se produzcan importantes cambios en la oferta de la industria como la introducción de nuevas tecnologías o precios más competitivos.

Hemos efectuado un análisis sobre la intención de compra de estos equipos de radiología y, como se deduce de los gráficos, el número de dentistas que declara estar interesado en la compra durante 2008 es bastante bajo pero refleja la situación que ha caracterizado el año 2007.

Hay que tener en cuenta que, cuando se mide la intención de compra se obtiene una información sólo indicativa; se trata, por tanto, de una declaración de intenciones que debe ser respaldada por un sistema de oferta eficaz y adecuada a las exigencias de los clientes.

En este sentido, si quisiéramos medir la intención de compra de sistemas de radiografía digitales intraorales el análisis nos podría indicar un valor de casi 1.400 unidades, mientras que para los sistemas panorámicos se podrían estimar algo más de 1.000 equipos. No obstante, se trata de valores indicativos (la llamada "intention to buy" siempre es optimista) y el alto porcentaje de indecisos para la radiografía digital intraoral nos lleva a pensar que, posiblemente, éste será el mercado que va a tener mayores oportunidades en 2008, a condición de que la industria ofrezca el producto/servicio justo con un precio adecuado.

En cualquier caso, con respecto a la "Vieja Europa", el excelente resultado de España en los datos fundamentales de la economía durante el ejercicio económico en el que se ha realizado el análisis y el limitado número de dentistas frente a la población, nos inducen a pensar a un nuevo desarrollo estructural del mercado en los próximos años y en el caso de que se verifiquen posibles deceleraciones; éstas tendrán probablemente sólo carácter coyuntural. □