



### Roberto Rosso

Consultor de Marketing

Fundador y presidente de Key-Stone

Más información: [www.key-stone.it](http://www.key-stone.it)

CON LA SUPERVISIÓN DE LA FEDERACIÓN  
DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA SANITARIA (FENIN)

## Organización empresarial y tecnologías avanzadas, ingredientes eficaces para contener la crisis de los laboratorios protésicos

La nueva encuesta Key-Stone, realizada en colaboración con FENIN a finales del 2009, ha indagado sobre la evolución en el mercado en lo concerniente a la prótesis odontológica.

El 2009 ha sido un año difícil también para el sector dental, aunque —como ya anticipamos en el artículo de octubre de 2009 de *Gaceta Dental* “La crisis internacional y la repercusión en el sector dental en España”— a pesar de la pésima situación coyuntural, la odontología en España ha tenido una tendencia menos negativa que en otros sectores industriales y del mundo de los servicios.

Es interesante observar que no todos los laboratorios han sufrido una caída en la producción, el Gráfico 1, de hecho, muestra cómo poco menos del 60% de los laboratorios ha manifestado un descenso, el 36% no ha tenido variaciones significativas y una pequeña parte, el 5% de los laboratorios, ha aumentado la producción a pesar de la coyuntura desfavorable.

Entre los laboratorios que declaran un aumento de la producción en su conjunto (5% del total) se nota un crecimiento medio del 15%. De otra parte, entre el 59% que declara una reducción de trabajo, se calcula una disminución media del 26%.

Concluyendo, la tendencia total ponderada de la producción en su conjunto resulta ser del -15%.

Esta evolución negativa del mercado, como indica el Gráfico 2, ha sido más o menos la misma para todos los tipos de prótesis y se ha medido sobre una muestra representativa de 650 laboratorios protésicos.

Aparentemente es la prótesis fija la que ha tenido más problemas, y esto se puede explicar fácilmente por el mayor desembolso que implica para las familias, que se encuentran a menudo en una situación de menor riqueza y de mayor incertidumbre respecto al futuro.

Las diferencias entre fija y removible, sin embargo, son tan bajas que no se pueden sostener estadísticamente de modo fiable. Por este motivo podemos afirmar que la caída

en la producción de prótesis ha sido más bien generalizada.

Creemos más interesante analizar la evolución global de los laboratorios en función de algunos parámetros de segmentación en parte

### Tendencia global del laboratorio

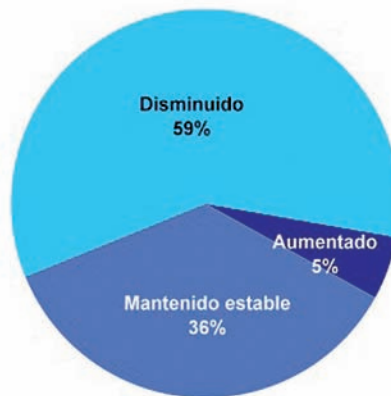


Gráfico 1

### Tendencia: Resumen

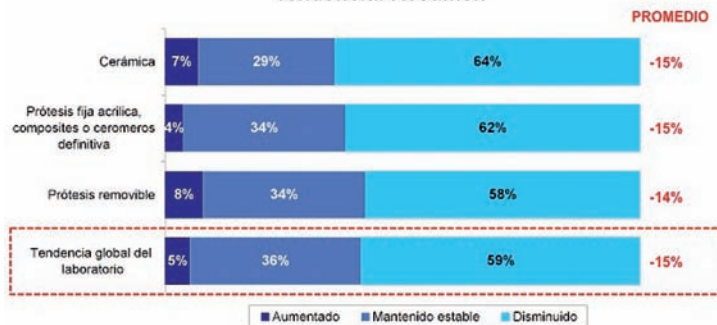


Gráfico 2

demográficos y sobre todo relativos a las dimensiones y a la organización de los laboratorios.

Comenzamos la observación del mercado según parámetros geográficos y demográficos.

Se percibe una fuerte heterogeneidad en la tendencia en el norte del país donde la reducción ha sido menor que en otras áreas, en particular el sur de España (Andalucía y Canarias que representan el 22% de la población activa del país) donde la crisis se ha dejado sentir con más fuerza. Como se puede observar en la siguiente tabla, más de un español de cada cuatro no tiene trabajo.

La tendencia está, por tanto, estrechamente relacionada con la evolución económica y social del territorio.

Como ya observamos en el anterior sondeo sobre clínicas dentales, cuando el titular del laboratorio es más joven la tendencia es más positiva, aunque sería más oportuno decir "menos negativa". Esto se debe esencialmente a dos factores, de los cuales el primero está ligado al ciclo de vida de la empresa, que al ser más joven se encuentra en fase de desarrollo; el crecimiento está, sin duda, ralentizado por la crisis pero la inercia que caracteriza a las jóvenes empresas hace que la crisis se sienta con menos intensidad. Por el contrario, la empresa que se encuentra en un estado de madurez, generalmente más orientada a la organización de la producción y menos al desarrollo comercial, se encuentra con mayores dificultades para afrontar la coyuntura.

Otro tema, parcialmente asociado a la edad del titular protésico o director del laboratorio, es la propensión a invertir en nuevas tecnologías que, como veremos enseguida, representan una gran oportunidad de negocios y de salvaguarda de la situación económica general.

El Gráfico 4 demuestra claramente cómo las estructuras más grandes reaccionan de modo más positivo en periodos desfavorables. Es tremendamente significativo cómo el -17% de los laboratorios más pequeños llegan a ser un -10% para aquellos que tienen 5 o más técnicos. Lo mismo vale para el número de clínicas a las que ofrecen sus servicios, y se ve claro cómo los que trabajan con pocas clínicas (hasta 5) son aquellos que se han resentido en mayor medida de la grave situación, con un peligro concreto de supervivencia de la propia empresa.

La importancia de organizar la empresa para que sea capaz de servir a un mayor número de clientes se evidencia de modo todavía más marcado observando el fenómeno según la cantidad de la producción. Así podemos verlo en el Gráfico 5.

El primer sector del Gráfico 5 muestra cómo quien produce más de veinte elementos de cerámica a la semana (con o sin estructura metálica) tiene una tendencia negativa que se acerca a la mitad de los que producen menos de 10 elementos.

Lo mismo vale para la producción de prótesis removibles, aunque las diferencias están menos marcadas.

Un análisis aparte correspondería al uso de nuevos

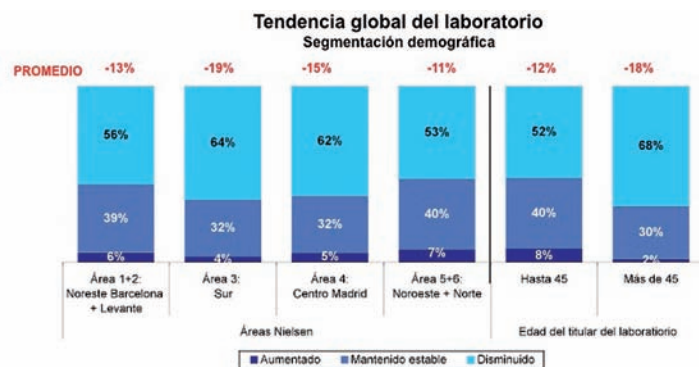


Gráfico 3

**Tasa de paro**

	Ocupados	Parados	Tasa actividad	Tasa de paro
Andalucía	2.893,50	1.034,00	58,3%	26,3%
Aragón	567,00	86,90	58,8%	13,3%
Asturias	412,70	68,60	51,6%	14,2%
Balears	462,80	112,40	64,5%	19,5%
Canarias	798,20	293,80	62,9%	26,9%
Cantabria	242,10	35,00	56,0%	12,6%
Castilla y León	1.009,70	166,50	54,6%	14,2%
Castilla-La Mancha	790,20	188,10	57,7%	19,2%
Cataluña	3.136,40	643,10	62,2%	17,0%
Comunitat Valenciana	1.976,80	576,00	61,2%	22,6%
Extremadura	380,80	102,80	53,4%	21,3%
Galicia	1.138,90	168,40	54,8%	12,9%
Madrid Comunidad	2.897,80	498,50	64,7%	14,7%
Ceuta	24,10	7,90	54,8%	24,6%
Melilla	22,00	6,10	51,7%	21,7%
<b>TOTAL</b>	<b>18.645,90</b>	<b>4.326,50</b>	<b>59,8%</b>	<b>18,8%</b>

Tabla 1

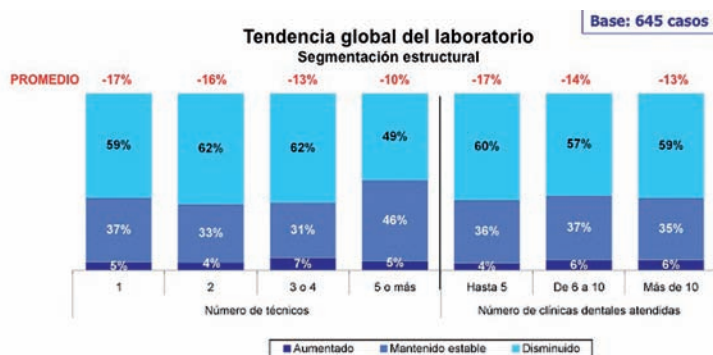


Gráfico 4



Gráfico 5

métodos y tecnologías para la producción de prótesis fija en cerámica, como se observa en el sector central del Gráfico número 5.

Efectivamente, hemos analizado la tendencia considerando los que usan Sistemas Cad (no decimos Cad-Cam porque una parte de los sistemas utilizados no prevén la versión Cam).

Antes de proceder al análisis de las tendencias según estos nuevos parámetros, sería conveniente observar en la tabla el porcentaje de laboratorios que declaran usar determinados métodos y tecnologías.

Simplificando podemos resumir que:

— El 73% de los laboratorios produce prótesis fija en cerámica.

— El 53% de los laboratorios producen cerámicas también sobre estructuras fresadas pero usando diversas metodologías.

— Considerando sólo los laboratorios que producen cerámicas sobre estructuras fresadas el 73% recurren a un centro externo mandando el modelo (full outsourcing), el 25% tienen un escáner para enviar los datos de la impresión a un centro de fresado y el 18% cuenta con una unidad de fresado interna. (La suma es superior

Prótesis fijas en cerámica sobre metal o cerámica sin estructura metálica	
(Base: todos los laboratorios)	
Sí	73%
No	27%
Producción sobre estructuras fresadas con método cad-cam o sólo cad	
(Base: todos los laboratorios)	
Sí	53%
No	47%
Uso de diferentes modalidades y tecnologías	
(Base: sólo los que producen prótesis sobre estructuras fresadas. El 18% usa más de un sistema)	
Uso de centro de fresado externo	74%
Uso interno de escáner	25%
Unidad de fresado interno	18%

Tabla 2

rior al 100% ya que algunos laboratorios usan modalidades múltiples, por ejemplo, tienen una unidad de fresado de una marca y un escáner de otra.)

Antes de nada es necesario hacer una observación primordial. Leyendo nuevamente los datos de las tendencias del gráfico 4 se puede observar que, prescindiendo de la tecnología propia, las tendencias siempre son más favorables que las analizadas en el mercado global para quien produce cerámicas sobre estructuras fresadas, del 8% de quien cuenta con tecnología en su laboratorio al 13% de quien utiliza el susodicho "full outsourcing", es decir, que envía el modelo al centro de fresado. Con una tendencia ponderada global de -10% contra el -20,3% de

quien no produce este tipo de prótesis.

Pero es interesantísimo señalar que quien cuenta con tecnologías avanzadas, como unidad de fresado, sistemas de sinterización, escáneres, etc., afronta la crisis de modo más resolutivo, conteniendo la situación coyuntural gracias a un laboratorio posiblemente más vanguardista y principalmente orientado a una organización de tipo empresarial.

**Mercado dental** es una sección que propone a sus lectores una serie de noticias e información sobre la tendencia del mercado dental.

Se tratan las principales tendencias relativamente 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](http://www.key-stone.it)

**Acerca del autor**

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 Económicas en el Master of Management.

## PRODUCTOS DE CALIDAD SUPERIOR



**BONTEMPI**<sup>®</sup>  
CHIRURGISCHE INSTRUMENTE



**Intensiv**  
Swiss Dental Products

Contacte con nosotros a través de nuestra página de compra: [www.bontempi.es](http://www.bontempi.es)  
o llamando directamente al telf.: 93 345 07 27