



Roberto Rosso

Consultor de Marketing

Fundador y presidente de Kay-Stone

Con la supervisión de la Federación de Empresas de Tecnología Sanitaria (FENIN)

Más información: www.key-stone.it

La prótesis dental en España en 2010 después de la grave crisis del año anterior

El año pasado se publicó en Gaceta Dental un estudio Key-Stone —que, como en esta ocasión, fue encargado por FENIN— en el que se evidenció un verdadero colapso en la producción de prótesis por parte de los laboratorios españoles durante el 2009, a causa de la gravísima crisis internacional que, en Europa, ha afectado de modo especial a España.

Muchos datos macro económicos, y también aquellos informados puntualmente por Key-Stone durante el 2010, apuntan a una ralentización en la caída del mercado dental aunque no a una verdadera y genuina recuperación por el momento.

Sin embargo, un estudio específico sobre una muestra de más de 600 protésicos ha permitido evaluar la marcha del mercado según la opinión de los interesados e implicados directamente en la producción de prótesis para los ciudadanos españoles.

El análisis debe contemplarse como una evaluación subjetiva de la percepción sobre la marcha del negocio por parte

de los protésicos dentales, en cuanto que —en esta primera fase publicada— no se ha medido la producción objetivamente, sino que se ha pedido una opinión sobre cómo ha ido el año respecto al anterior para algunas de sus principales elaboraciones y el negocio en su conjunto.

Observando el gráfico 1, tenemos una percepción bastante negativa de la producción del 2010 respecto a un ya pésimo 2009.

El 42% de los entrevistados declara, de hecho, una caída de la producción, aunque más de la mitad de los laboratorios no ha tenido cambios sustanciales en su negocio respecto al año anterior.

Antes de profundizar en la magnitud y la modalidad de la evolución de la producción, los analistas han querido comparar las declaraciones obtenidas el año anterior respecto a los resultados del 2008 para evaluar si es posible detectar un cambio en la tendencia del mercado.

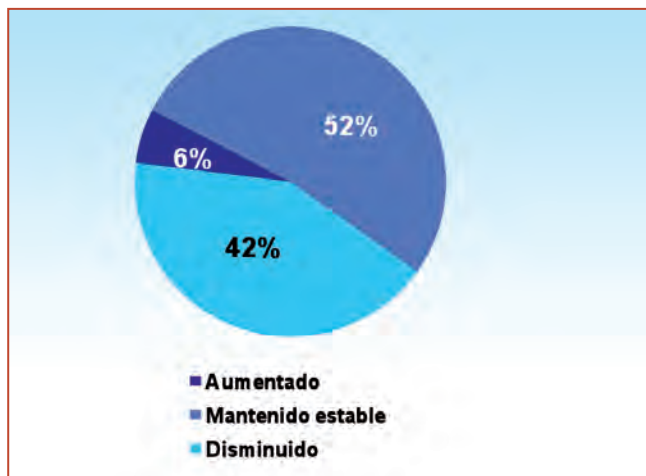
En el gráfico 2, aunque en un escenario global todavía bastante negativo, se puede apreciar en el análisis del 2009 (tendencia respecto al negocio 2008) que las opiniones eran todavía más negativas respecto a lo evaluado en el 2010.

El principal dato emergente en el 2010 es una consolidación de las posiciones del 2009, y ello, aunque no denota un crecimiento del mercado, es un fuerte indicador de ralentización de la crisis y de estabilización de la producción, aunque a nuevos niveles, indudablemente más bajos que los del 2008.

Esto es un primer análisis de la percepción del mercado por parte de una muestra representativa del mercado que, a juzgar por los hechos, permite estimar un ligero descenso posterior de la producción, pero más pequeño que el del año anterior.

Sin embargo, la producción total de prótesis ha tenido un saldo menos negativo. De hecho, si analizamos el rendimiento declarado por los laboratorios en función de su capacidad productiva, (entendida como el número de técnicos presentes

Gráfico 1.



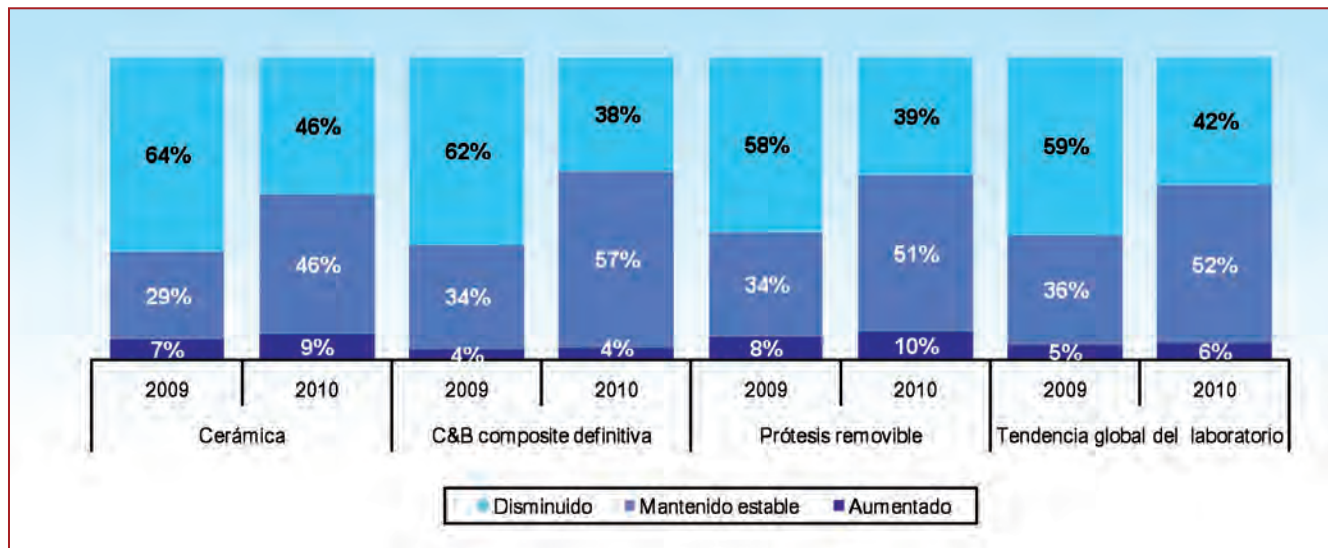


Gráfico 2.

en el laboratorio) indicado en el gráfico 3, se puede observar que si aumenta la dimensión de la estructura, mejora proporcionalmente el rendimiento productivo.

Según lo analizado respecto a las dimensiones del laboratorio, la producción efectiva de prótesis cambia sustancial-

mente los resultados económicos de la estructura. Los resultados se pueden observar en el gráfico 4, que presenta las declaraciones de los técnicos entrevistados en función de la producción semanal de prótesis fija y removible.

La información relativa a los laboratorios con las produc-



DINAMÍZATE

Talladium
España

los tiempos cambian

Consulte
promociones
Talladium



PILARES MECANIZADOS EN TILITE CON TITANIO

Mercado Dental

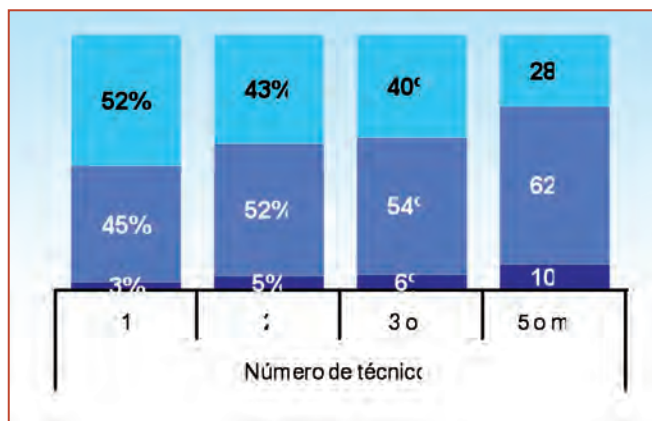


Gráfico 3.

ciones semanales más altas es de importancia estratégica. De hecho, se puede observar cómo gracias a un modelo de negocio con una configuración de tipo empresarial y gestora más evolucionada los resultados del laboratorio son extraordinariamente mejores.

Hasta el punto de ser incluso positivos, a pesar del indudable estancamiento del mercado global, cuando nos encon-

tramos frente a empresas que producen un alto número de elementos semanales.

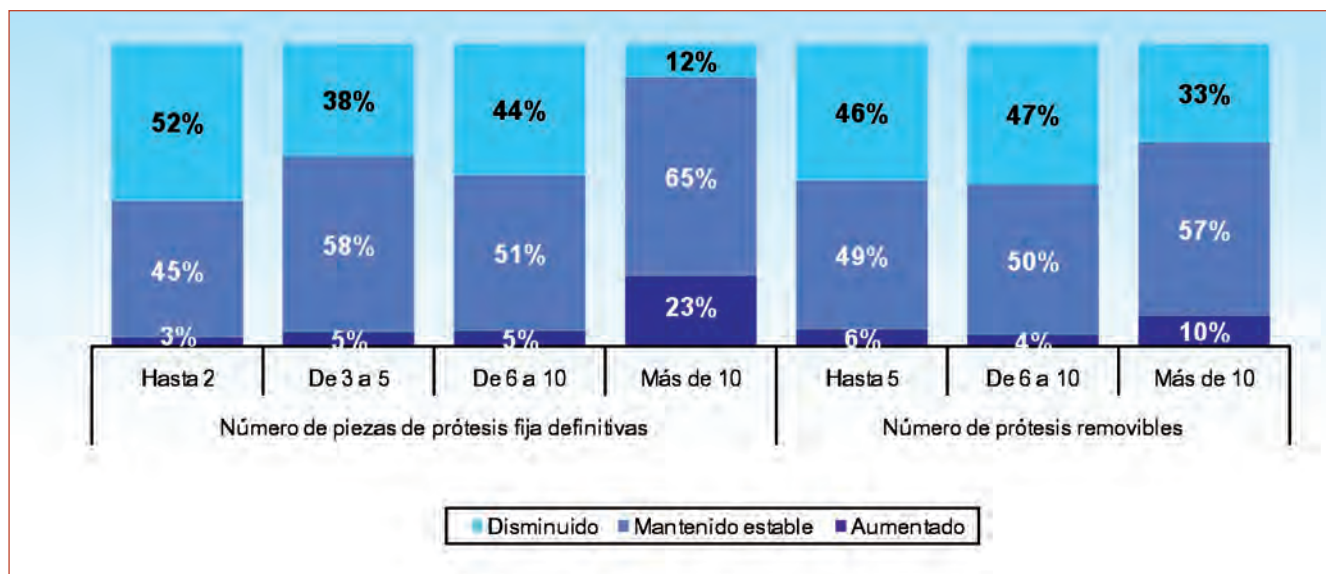
Esto quiere decir que para los laboratorios más pequeños no solo es responsable la insuficiente recuperación económica del país, sino también la competencia de estructuras más grandes y organizadas.

Una vez más, la situación coyuntural negativa envía señales evidentes al mercado en clave de modernización. Es muy clara la necesidad concreta de un sistema productivo mejor organizado e ineludiblemente, más concentrado.

Por este motivo, los titulares de los pequeños laboratorios que quieran progresar en el futuro, garantizándose a sí mismos y a sus propios colaboradores estabilidad y perspectivas de desarrollo, no deberían descartar la hipótesis de unión con otras estructuras o nuevas formas de asociacionismo de empresa, como los consorcios, las filiales, las empresas en red, etc.

Todas ellas son alternativas válidas y modernas para alcanzar la masa crítica suficiente que garantice un indispensable elevado nivel tecnológico, una capacidad comercial y unos sistemas de gestión eficientes. Sin perder, por ello, las características de creatividad, flexibilidad, autonomía y el espíritu de libre iniciativa que caracterizan a aquellos pequeños empresarios que son una valiosa riqueza para el país.

Gráfico 4.



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 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

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.