



Roberto Rosso,
presidente de KEY-STONE

Dinámicas evolutivas del mercado de los implantes

En España, cerca de un millón de pacientes se somete cada año a tratamientos implantológicos. Esta cifra, muy superior a la media europea y entre las mayores del mundo, representa dos aspectos clave a tener en cuenta: la sensibilidad cada vez mayor de la población por los cuidados bucodentales y la mejora del acceso a los mismos, muchas veces mediante los tratamientos ofertados por medio de la llamada "odontología corporativa".

Como ya publicamos en varios de nuestros estudios, gracias a las investigaciones de Key-Stone ya podemos afirmar que España es probablemente el país con la ratio más elevada de implantes por habitante en Europa, y quizá también en el mundo. Con casi un millón de pacientes sometidos a tratamientos de implantología cada año, se encuentra en tercer lugar en volumen de personas tratadas con esta terapéutica, sólo por detrás de Alemania e Italia.

No disponemos de datos tan precisos para los países asiáticos, pero podemos afirmar que fuera de Europa tan sólo Estados Unidos y Brasil tienen un registro mayor del número de implantes colocados, aunque en estos casos nos referimos a naciones con un número de habitantes mucho más elevado.

La demanda de implantología

Un número tan elevado de intervenciones y de implantes colocados, con tasas de crecimiento que, aunque se hayan ralentizado, siguen siendo muy positivas, nos lleva a concluir que todo ello se debe a:

- La población puede acceder más fácilmente a las intervenciones, que a menudo resultan menos costosas que en otros países.
- Nos hallamos frente una mayor sensibilización de la ciudadanía respecto al cuidado de la boca y la sonrisa.

Gracias a una amplia investigación realizada por encargo de Fenin -Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria-, podemos confirmar estos dos aspectos, demostrando el evidente aumento del acceso a los tratamientos odontológicos por parte de los españoles, la alta presencia de ciudadanos adultos con implantes y el elevado porcentaje de personas que creen que se colocarán implantes en el futuro.

En el gráfico 1 es posible observar un fuerte aumento de la población que acude al dentista, comparando dos estudios metodológicamente idénticos y realizados en 2013 y 2018.

Pero el aspecto más importante de este análisis es que se han reducido notablemente las diferencias entre las clases socioeconómicas, tal y como ya apuntamos en un estudio realizado en 2015.

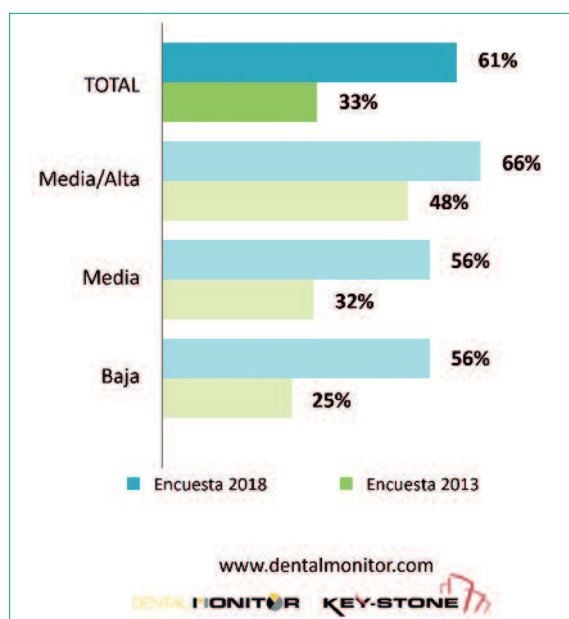
En lo que respecta a implantes dentales, esta última investigación revela que el 19% de la población de más de 35 años ha optado por soluciones protésicas sobreimplantadas, siendo muchos quienes piensan en esta solución terapéutica para resolver problemas de falta de dientes.

Más del 10% piensa que, de hecho, podría ser una intervención a la cual someterse en el futuro próximo.

La afirmación relativa a los menores costes para los pacientes en España se sostiene gracias al análisis de precios medios de muchos países europeos. Es indudable que la denominada "odontología corporativa", compuesta por cadenas y aseguradoras, ha contribuido notablemente a contener y reducir los precios medios.

El mismo estudio realizado para la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria demuestra que el paciente escoge a menudo diferentes modelos de atención odontológica en función del tipo de tratamiento a realizar. Y precisamente para las prótesis y la implantología parece que se prefieren en mayor medida los centros de la llamada odontología corporativa.

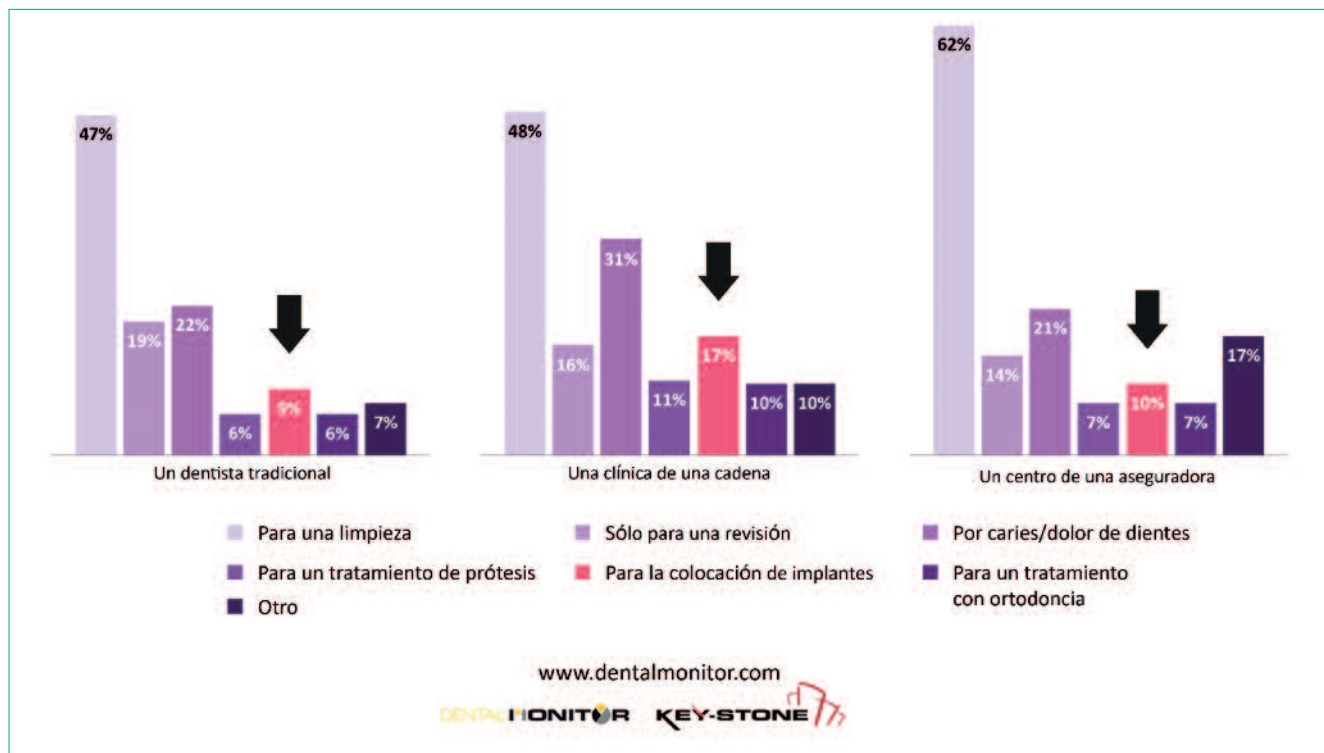
Población que acudió al dentista por rango socioeconómico.



El gráfico 2 muestra el porcentaje de población que ha escogido un determinado tipo de clínica (perteneciente a los distintos modelos organizativos) por terapias realizadas. Para interpretar el gráfico correctamente, debería tenerse en cuenta que, en el caso del total de pacientes que se han dirigido a un dentista tradicional, el 47% lo hizo para realizarse una limpieza, el 19% una revisión, el 22% para tratar caries o molestias, el 6% para la prótesis y un 9% para colocar implantes y prótesis. Como se puede observar, entre quienes se dirigieron a cadenas dentales, el 17% se ha sometido a un tratamiento de implantes, un valor que prácticamente duplica la media.

La elección de la odontología corporativa, sobre todo para los implantes, probablemente no se debe sólo al menor coste, sino también a los sistemas de pago y a una cierta “presión” que la odontología de tipo comercial ejerce a través de la comunicación y el marketing. Todo ello ha influido en el mercado de los implantes, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo.

Tipo de clínica elegido para diferentes tratamientos.



En el plano cuantitativo, se aprecia que, aunque las cadenas representan tan sólo el 8% de todas las clínicas dentales, colocan aproximadamente el 35% de los implantes totales, con un peso que ha aumentado progresivamente hasta 2016. Posteriormente, se ha producido una ralentización del crecimiento, debida a los notorios problemas judiciales en los que se han visto implicadas algunas firmas en los últimos dos años.

Desde la dimensión cualitativa, y como ya se anticipaba, la comunicación dirigida desde el marketing tiene una importante influencia sobre el mercado, ya que, por un lado, ha aproximado a los pacientes hacia la terapia y, por otro, la aparición de tarifas verdaderamente reducidas ha desestabilizado la política de precios de las clínicas más tradicionales. Esta presión sobre los precios ha generado el desarrollo de cuotas de mercado para marcas de bajo coste, mientras que, salvo algunas excepciones, para las llamadas marcas "premium" han sido años muy complejos.

Todo ello ha provocado un gran crecimiento de volúmenes en el mercado industrial de los implantes y un desarrollo mucho más contenido de los valores.

El mercado total medido en 2017 es de aproximadamente 210 millones de euros, con poco menos de 1,5 millones de implantes vendidos. La tasa de crecimiento en 2017 respecto a 2016 ha sido de, aproximadamente, un 2%, aunque lo verdaderamente significativo es el desarrollo total registrado a partir de 2012. Esta situación aparece representada en el gráfico 3.

Considerando 2012 como año base, uno de los peores para la Odontología española, el número de implantes vendidos, y por tanto colocados, ha aumentado un 35%, con una tasa media anual (CAGR) en torno al 6%. Sin embargo, el valor del negocio ha aumentado sólo un 15%, con un CAGR del 2,8%.

Todo ello se debe en parte al aumento de la cuota de marcas con precios inferiores, a un mayor uso de productos compatibles para la prótesis y los accesorios, al desarrollo del CAD-CAM y la consiguiente reducción en la venta de pilares, pero también al fuerte aumento de la demanda por parte de la odontología corporativa que, gracias a su poder de compra, ejerce una fuerte presión sobre los precios y genera un posible riesgo financiero para la industria.

Tendencias del mercado de implantes.
Tasa de crecimiento acumulado con base en 2012.

