

GD

GACETA DENTAL

Núm. 299
FEBRERO 2018 | 6€
www.gacetadental.com

M^a JOSÉ SÁNCHEZ **DIRECTORA DE EXPODENTAL**

«La internacionalización del salón
es una realidad»

ODONTOLOGÍA DIGITAL

«Hay que perder el miedo al cambio»

MERCADO DENTAL

Software de gestión en la clínica

EXPODENTAL

SALÓN INTERNACIONAL DE EQUIPOS,
PRODUCTOS Y SERVICIOS DENTALES

15-17
Marzo
2018

ORGANIZA



INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA Y FUTURO DIGITAL



**ACTUALICE SU
EQUIPO DE CIRUGÍA**

Ofertas especiales en págs. 54-55



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

SOFTWARE DE GESTIÓN EN LA CLÍNICA

Buena difusión para los módulos básicos y resistencia hacia las herramientas más sofisticadas

La nueva investigación OmniVision, realizada en una muestra representativa de casi 600 clínicas dentales independientes, ha permitido evaluar la utilización del *software* de gestión en la clínica odontológica. Es necesario anticipar que, a partir de 2017, el sistema OmniVision ha comenzado a desarrollar las entrevistas no solo telefónicamente, sino también vía web (un tercio de las entrevistas se han realizado *online*). Dado que el perfil del dentista que responde a través de la página web es ligeramente distinto al del que responde por teléfono, en muchos

casos los resultados se proporcionan distinguiendo entre los dos canales de recogida de la información.

DIFUSIÓN DEL SOFTWARE DE GESTIÓN
 Dos tercios de los dentistas entrevistados (el 67%) declaran utilizar



Gráfico 1.

un programa de gestión en su propia clínica. Entre ellos, el porcentaje desciende hasta el 57% si se tienen en cuenta únicamente las entrevistas telefónicas, por lo que podemos afirmar con seguridad que más de la mitad de las clínicas dentales utilizan un programa de gestión en la actualidad (Gráfico 1).

No obstante, el dato general no es perfectamente homogéneo cuando se tienen en cuenta los diferentes perfiles de los entrevistados, dándose una correlación con la edad, que, por ejemplo, en el caso de los dentistas con más de 55 años, el porcentaje de uso del *software* desciende al 59%.

Pero el empleo del *software* se relaciona fundamentalmente con los aspectos vinculados a la dimensión de la clínica; como es lógico, al aumentar el número de sillones, dentistas y el volumen de pacientes de los que hacerse cargo, aumenta también el uso del *software* de gestión (Gráfico 2). El 86% de las clínicas en las

MÁS DE LA MITAD DE LAS CLÍNICAS DENTALES UTILIZAN UN PROGRAMA DE GESTIÓN

que operan más de tres dentistas declara utilizar un *software* de gestión, dándose la misma situación en casi un 75% de las clínicas que atienden a más de 50 pacientes, y, en este caso, el aumento de la incidencia del uso parece proporcional al número de pacientes atendidos. También el número de sillones instalados en la clínica es un indicador de sus dimensiones, donde el dato es coherente con el número de dentistas empleados: el 80% de las clínicas con más de tres sillones ha declarado utilizar un *software* de gestión.

Entre los aspectos relativos a las dimensiones incluimos además el número de proveedores para productos de consumo, pues bien, cuando la clínica cuenta habitualmente con tres o más proveedores para productos de consumo, aumenta notablemente el uso del *software*.

Hemos evaluado también este fenómeno sobre la base de dos aspectos cualitativos: las expecta-

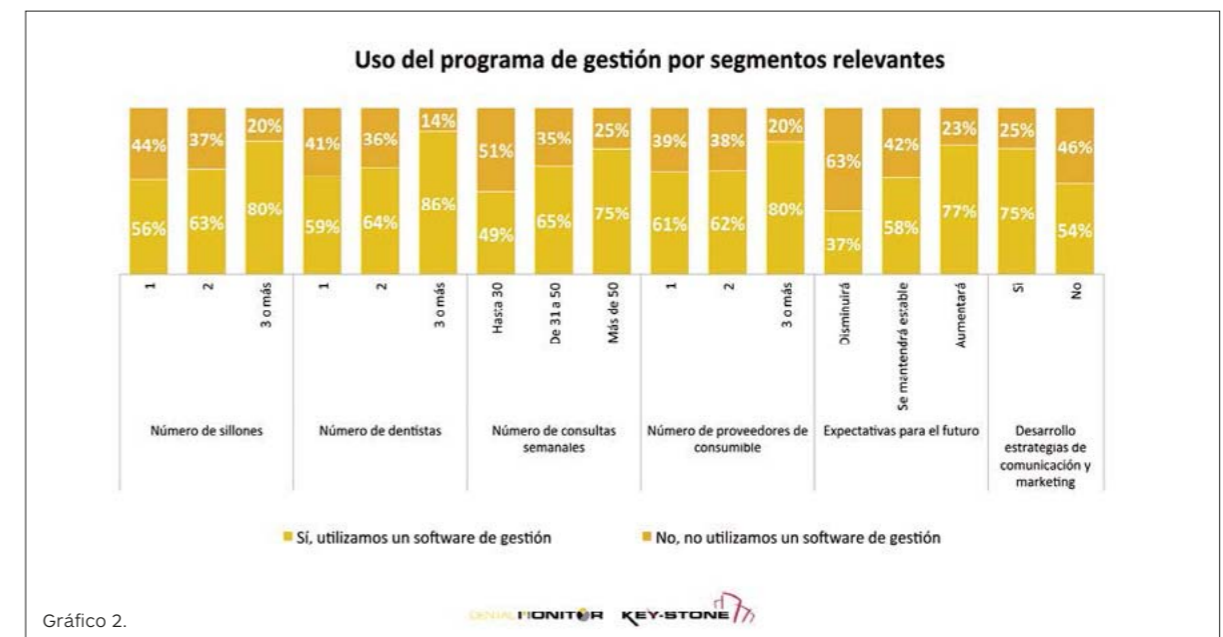
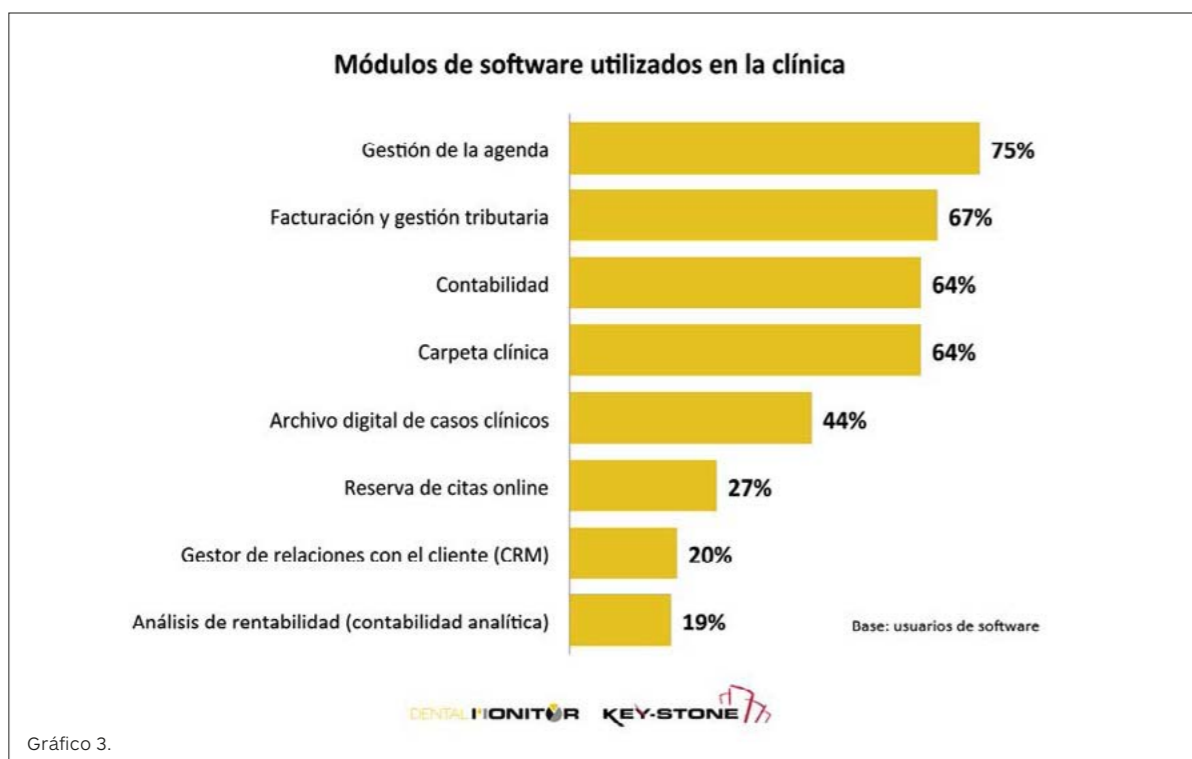


Gráfico 2.



tivas de cara al futuro y el desarrollo de actividades de marketing para la promoción de la clínica. En relación a las expectativas futuras, se observa cómo son sobre todo los dentistas «más pesimistas» los que utilizan mucho menos el software del centro, tratándose probablemente de un perfil de dentista (y de clínica) poco orientado al desarrollo y en una situación clara de involución.

También el uso de estrategias y herramientas de marketing marca una cierta diferencia en la utilización del software, siendo éste un tema que abordaremos en un próximo artículo en las páginas de Gaceta Dental (Gráfico 3).

Finalmente, también el nivel tecnológico, en términos de uso de tecnologías digitales, es un índice muy correlacionado con

utilización de software de gestión: el 82% de las clínicas que poseen un Panorámico a rayos X (2D o 3D) declaran utilizar un software de gestión, porcentaje que roza el 90% en los que ya tienen un escáner intraoral.

TIPOS DE USO DE SOFTWARE DE GESTIÓN

Entrando en los detalles de los módulos de softwares de gestión, parece que el más utilizado es la agenda de pacientes. Entre todos aquellos que han declarado utilizar un software, el 75% afirma que usa la agenda (Gráfico 3). Este simple instrumento de gestión se emplea de manera bastante homogénea por parte de la muestra de usuarios, con una incidencia particular en las clínicas abiertas desde hace menos de 10 años (87%).

En el segundo lugar, se sitúan los módulos que permiten la gestión de las facturas, con un uso del 67% con respecto al total de todos aquellos que han declarado emplear el software de gestión. También en este caso, el uso de dichas herramientas es bastante homogéneo entre la población de referencia, pues no se observan diferencias significativas con respecto a la media de la muestra si se tiene en cuenta la edad del entrevistado o el nivel tecnológico. Sin embargo, el dato es significativamente mayor en relación a las dimensiones de la clínica: el 77% de las clínicas con más de tres dentistas declaran utilizar software de gestión de las facturas.

Tanto los módulos de contabilidad, como las carpetas clínicas, tienen un uso del 64% dentro de la muestra analizada.

Estas herramientas, más intuitivas y sencillas, se caracterizan por ser empleadas en su mayoría por dentistas de edad avanzada: entre los dentistas de más de 55 años, el 69% declara utilizar un software de gestión de la contabilidad, mientras que un 82% hace lo propio con un software de gestión de las carpetas clínicas.

Es interesante percibir que cuando nos hallamos frente a un dentista que supera los 55 años, si por un lado la tasa de no usuarios se eleva, es cierto que cuando el software está presente en la clínica, se explota mucho más.

Herramientas más avanzadas y adaptadas a la gestión de un mayor volumen de pacientes son aquellos módulos que facilitan la reserva online de las visitas. El 27% de los entrevistados han declarado utilizar un módulo de reservas online de la agenda, siendo mucho mayor este dato cuando se tiene en cuenta el perfil de los entrevistados, sobre todo en las clínicas de mayor tamaño y con un elevado volumen de pacientes. Concretamente, el 36% de las clínicas abiertas hace menos de diez años afirma utilizar dichos softwares, junto al 32% de los centros que gestionan más

LOS MÓDULOS DE MARKETING Y GESTIÓN SON MÁS UTILIZADOS EN LAS CLÍNICAS DE RECIENTE APERTURA

de 50 visitas por semana. No se diferencian de manera estadísticamente significativa si se tiene en cuenta la edad del entrevistado o su propensión a la inversión en aparatologías tecnológicamente avanzadas.

LOS MÓDULOS DE GESTIÓN MÁS SOFISTICADOS

Por último, los módulos de gestiones menos empleados son el

CRM (acrónimo de «Customer Relationship Management», y que permite definir el perfil de los pacientes según características sociodemográficas con vistas a realizar sucesivas actividades de marketing), con un 20% del total de los usuarios de software, y los módulos de contabilidad analítica (19%), que permiten calcular la rentabilidad de las diferentes prestaciones y áreas de negocio.

Estos módulos, claramente orientados al marketing y al control de gestión, son empleados mayoritariamente por dentistas jóvenes, un 31% para el CRM y un 30% para la contabilidad analítica. También se usan por parte de centros de grandes dimensiones y con una base de pacientes amplia y consolidada: el 25% de las clínicas con más de tres empleados declara utilizar el CRM.

Por último, el estudio pone de manifiesto un mayor uso de estos módulos de marketing y gestión en las clínicas de reciente apertura, lo que confirma un abordaje diferente de esta profesión por parte de quienes han entrado en ella durante los años de la crisis y del sistema hipercompetitivo. ■

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.

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.

Para más información: www.key-stone.it