



Odontología 4.0: el futuro digital del sector dental

Barcelona Dental Show presenta las últimas tecnologías y soluciones digitales que serán tendencia en 2022 y que marcarán un antes y un después en la práctica odontológica

El Congreso Nacional de Odontología Avanzada también ha abordado las diferentes estrategias para una mejor gestión empresarial de las clínicas dentales

Barcelona, 3 de diciembre de 2021 – La tecnología y el flujo digital está entrando cada vez más en el sector dental. Sin embargo, todavía no existe una solución digital para todos los tratamientos, no hemos llegado a ese punto. El **Congreso Nacional de Odontología Avanzada**, celebrado en el marco de **Barcelona Dental Show**, ha abordado el papel de la tecnología en la práctica odontológica y cómo pasar de la odontología analógica a la digital. *“Todo el mundo habla de dos odontologías, la analógica y la digital, cuando tendríamos que hablar solo de una, ya que el producto final es el mismo, lo que cambia es cómo generamos este producto”*, ha señalado **August Bruguera**, socio director de Corus Balleddent Bruguera y General Manager de Bruguera Dental School. *“La gran diferencia hoy entre la odontología digital y la analógica es la predictibilidad del tratamiento”*, ha añadido.

Los flujos de trabajo digital *chairside* -al lado del paciente- han supuesto un cambio en la práctica diaria de los odontólogos. **Ferran Llansana**, experto en rehabilitación oral y prótesis maxilofacial de Dentsply Sirona, ha compartido diferentes casos clínicos en las que se ha hecho uso del flujo digital integral para resolver casos estéticos.

Cada vez hay más tecnologías que facilitan mucho la labor de los odontólogos en las clínicas. Nuevos métodos de captación a través de escáneres, uso de materiales de nueva generación a través de impresión, o sistemas digitales que simplifican el número de visitas al dentista gracias a su predictibilidad y simplicidad, son algunas de las nuevas tecnologías que serán tendencia en 2022 y que han presentado los expertos en odontología de la Universitat Internacional de Catalunya, **Victor Henarejos, Luis Jané, Jose Gabriel Martínez y Ramón Serrat**.

Sin embargo, se trata de tecnologías y técnicas que han llegado a las universidades y a los centros de formación, pero no a las clínicas dentales. *“Son tecnologías muy caras y no es fácil sacarles una rentabilidad económica en la consulta, por lo que todavía no las encontramos ni en el 50% de las clínicas dentales. Esta situación ocasiona que la mayoría de clínicas sigan con métodos tradicionales que requieren un mayor número de visitas, una comunicación más lenta con el laboratorio y unos protocolos más complejos para que el resultado sea correcto”*, ha explicado Jané.

Estrategias de rentabilidad y diferenciación en las clínicas dentales

La rentabilidad es una de las mayores preocupaciones de cualquier negocio, también de las clínicas dentales. *“La misión del odontólogo es dar salud al paciente, y debemos trabajar pensando en lo mejor para él, pero a veces esto no es rentable”*, ha destacado **Javier López**, director de consultoría AESinergy. Es por ello que, para decidir si invertir en tecnología o para tomar cualquier decisión, hay que saber analizar los datos y ver en qué familias de tratamiento centrar el negocio, cómo sacarles rentabilidad a los tratamientos, y cómo aprovechar la información de los pacientes para realizar campañas de marketing y comunicación que ayuden a fidelizar y a atraer nuevos clientes.



Además, saber analizar toda la información al alcance para una mejor toma de decisiones ayuda a las clínicas a diferenciarse en un mercado con una elevada competencia. *“España es uno de los países con más dentistas por cápita de toda Europa, con más clínicas, con más oferta y además con un paciente que ha cambiado mucho en los últimos años -más informado, más sano, más concienciado-”,* ha señalado **Domènec Huguet**, Propietario de Consultancy. Entonces, ¿cómo marcar la diferencia en un mercado con tanta competencia? A través de ofrecer una propuesta de valor diferente, que los pacientes tengan una experiencia excelente, y aprovechar los softwares de gestión y los datos para tomar decisiones. Porque, según concluye Huguet, *“la clínica dental del futuro es la que sepa aunar una buena odontología y una buena gestión del negocio”*.