

# PlantaDoce.

ADN

## M.J. Sánchez (Expodental): “La odontología corporativa crece por encima de la tradicional”

La directora de la feria madrileña Expodental cree que todavía hay un 40% de la población española a la que el sector dental puede captar, al tiempo que opina que la aparición de grandes cadenas odontológicas contribuye a la “popularización” de la industria en España.

A. Escobar  
22 mar 2018 - 04:55

M.J. Sánchez (Expodental): “La odontología corporativa crece por encima de la tradici  
Image not found or type unknown

María José Sánchez es la directora de Expodental, el salón internacional de equipos, productos y servicios dentales que se celebra en Ifema, en Madrid. En opinión de la directora del certamen, el mercado español de equipamiento dental “no es enorme”, y los dos puntos diferenciales de España respecto a otros países son la calidad del producto y la competitividad en los precios.

**Pregunta:** ¿Cuál es el estado de salud del sector dental en España?

**Respuesta:** El sector dental goza de una buena salud en España. Esta industria tiene margen de crecimiento porque distintos estudios indican que un 60% de la población acude regularmente al dentista, lo que quiere decir que hay un 40% todavía por captar. La odontología corporativa, los Sanitas, Adeslas o Mapfre, están cambiando la fisonomía del mercado y están creciendo por encima de la odontología más tradicional.

**P.:** ¿Cuál es la previsión para los próximos años?

**R.:** La previsión es la de continuar creciendo porque cada vez más se está demostrando que la odontología tiene una mayor repercusión en la salud del paciente. Existe relación entre no tener una boca sana y los problemas o enfermedades cardiovasculares o cánceres.

---

# PlantaDoce.

---

## “Hay poca fabricación de productos dentales en España, la mayoría son empresas distribuidoras de productos extranjeros”

**P.:** ¿Cuáles son las características del mercado en España?

**R.:** Hay poca fabricación de productos dentales en España, la mayoría son empresas distribuidoras de productos extranjeros. El mercado español no es enorme, a nivel mundial no destacan. Las principales compañías son Casa Schmidt, Proclinic, Henry Schein o Dentsply Sirona.

**P.:** En los últimos años están proliferando grandes cadenas odontológicas en España. ¿Es positivo o negativo para las empresas españolas de equipamiento dental?

**R.:** Es positivo porque se están popularizando muchos tratamientos dentales en España y, por ende, se contribuye a concienciar sobre la importancia de la salud dental. Asimismo, las negociaciones con los grandes grupos es más complicada y los márgenes de precios son más bajos.

**P.:** ¿Cuál es el grado de internacionalización de las empresas españolas? ¿Cuáles son los mercados más interesantes fuera de España?

**R.:** Las empresas españolas especializadas en la fabricación y distribución de equipamiento dental son muy exportadoras. A nivel general, las compañías de España tienen bastante presencia comercial en el mercado portugués y francés por ser cercanos y porque estos países se conocen muy bien entre sí. Pero también es importante la zona de Iberoamérica por motivos de índole cultural.

**P.:** ¿Cuál es la propuesta de valor y qué hace competitivas a las compañías españolas de este sector frente a las de otros países?

**R.:** Las dos características o puntos diferenciales son la calidad del producto y la adecuación en precios, que están adecuados al mercado, siendo estos competitivos.

## “Los puntos diferenciales del sector en España son la calidad del producto y la adecuación en precios”

**P.:** ¿Cómo influye la Administración pública en este mercado?

**R.:** Es un sector eminentemente privado, pero es verdad que hay una preocupación por parte de la Administración pública y existen programas como los de atención dental infanto-juvenil que están implantando las comunidades autónomas.

---

# PlantaDoce.

---

**P.: ¿Qué balance realiza de Expodental 2018 y cuáles son los retos a futuro de la feria?**

**R.:** Ha habido un mayor número de empresas expositoras, exactamente un 14% más que en la pasada edición, superando las 350 compañías, y también más espacio para las empresas en las ferias, en concreto 22.300 metros cuadrados de instalaciones.

Aunque no tenemos datos cerrados todavía, este año se han alcanzado los 31.000 visitantes, frente a los 30.000 del congreso anterior. El principal reto de cara al futuro es aumentar el número de visitantes extranjeros, que en la presente edición superan el millar.