

La capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías

El "TechProtésico"

En los mercados calificados de maduros, con estandarización de productos y una competencia intensa, es útil visualizar el ciclo de los clientes y definir la estrategia a seguir en función de la capacidad de la empresa. El sector protésico dental español está en un momento de cambios como consecuencia de los avances tecnológicos, que maximizan la eficiencia en el trabajo. Sin duda, el perfil del protésico dental está cambiando, su convivencia con las nuevas tecnologías y su aptitud para aprender de ellas le han facilitado una habilidad para cambiar en su forma de trabajar, siendo más exigente no sólo con sus proveedores, sino también con sus clientes. Ahora ya no le asusta probar nuevos productos porque ha aprendido que esta habilidad para cambiar ha resultado ser una ventaja competitiva. Por eso, es importante que a nivel estratégico, las empresas proveedoras de produc-



tos protésicos dentales inventen nuevas formas de crear, comunicar y ofrecer valores diferenciales que enriquezcan día a día el mercado. Según un estudio de nuestro departamento de marketing, más del 60% de los protésicos dentales de las zonas urbanas de España disponen de ordenador e Internet como herramienta de trabajo y comunicación, y esta cifra va en aumento. De este 60%, el 9% hacen compras vía online de manera habitual, y el 35% disponen de software de gestión. Estas cifras reflejan una situación de un mercado aun joven y en crecimiento en la adaptación de soluciones tecnológicas, pero esperanzadoras porque cada año van incrementando. Las empresas proveedoras de productos protésicos tenemos el deber de facilitar y acelerar estos cambios ofreciendo más servicios y ventajas, sobre todo de comunicación y marketing para fortalecer la relación, llegando a los laboratorios no solamente por medios tradicionales, sino también on-line. Las nuevas tecnologías, Internet y el comercio electrónico nos han ayudado a entrar y analizar otros mercados, a internacionalizarnos y a conseguir nuevos clientes, y sobre todo a fidelizarlos. Los Laboratorios han de acceder rápidamente a la nueva realidad para no quedar rezagados de esta situación global, como los sistemas CAD/CAM y otras aplicaciones tecnológicas que aun están por llegar. El estudio también nos ha

revelado que el sector protésico dental en España, y sobre todo las nuevas generaciones, ya han comprendido la importancia de todo ello para ser más competitivos. En una estrategia de gestión de las relaciones con los clientes, ambas partes deben ser conscientes de que el éxito sólo es posible mediante una relación ganadora para ambas partes, similar tanto por el lado del cliente como por el lado de la empresa, y viceversa. Y todas ellas, unas más que otras, ya están conviviendo con las nuevas tecnologías. Como os he querido mostrar, si no cambiamos nuestra dirección es probable que terminemos donde nos habíamos quedado, y el "Techprotésico" será el que nos encontremos en un futuro cada día más cercano.

Miquel Naval
Director General de Protechno