

## ENTREVISTA

## JUAN MANUEL MOLINA • DIRECTOR GENERAL DE HENRY SCHEIN EN ESPAÑA Y PORTUGAL

El responsable de la principal distribuidora internacional de productos sanitarios, con más de 80 años de vida y 23 de presencia en España, defiende la necesidad de incorporar las últimas tecnologías para combatir la crisis, con innovaciones como los sistemas digitales y el 3D para el diseño y fabricación de prótesis, y advierte del retraso que arrastra nuestro país en asuntos relacionados con la salud bucodental. Aboga por negocios en los que el cliente y su comodidad sean la prioridad absoluta.

# «La tecnología en la salud bucodental mejora la calidad y abarata los costes»

SEVILLA

Como responsable de Henry Schein Iberia, filial de la multinacional americana líder mundial en la distribución de productos y servicios médico-sanitarios, que factura 8,9 millones de euros anuales y que cuenta con 350 trabajadores y cinco sedes en las principales ciudades, Juan Manuel Molina visitó ayer la Clínica Culmen, propiedad del grupo Morera & Vallejo, a la que surte de su maquinaria y sus productos. Molina defiende que la tecnología no sólo ayudará a modernizar los tratamientos sino que ayuda a los profesionales a mejorar la efectividad de sus clínicas y también abaratará los costes, y aboga por una mayor conciencia de la importancia de la salud bucodental.

## ¿Ha cambiado mucho el sector de las clínicas bucodentales en los últimos años?

La situación económica ha afectado al sector, que está inmerso en un proceso de cambio debido a la introducción de las nuevas tecnologías orientadas a mejorar los tratamientos que recibe el paciente. Antes había algunos que duraban una semana, o había que ir varias veces para completarlos, y ahora se hace en la mitad de tiempo o en el mismo día, como los implantes provisionales o algunas prótesis. Se reduce el tiempo de estancia en la clínica y mejora la calidad del tratamiento al paciente.

## ¿Cómo han cambiado las actuales clínicas dentales respecto a los antiguos dentistas?

En nuestra visión, el paciente tiene que ser el centro de atención y los profesionales tienen que trabajar para que eso funcione, de forma que redunde en mayor productividad, más eficiencia y mejor trato al paciente.

## ¿Y éste, qué demanda?

Busca calidad, garantías y que el coste sea acorde al tratamiento que necesita para su salud y estética general.

## ¿Están las clínicas en esa línea?

Hay poca gente que lo haga, por suerte la mayoría de nuestros clientes sí que responden, y Culmen es un caso claro de apuesta por la tecnología para poderle dar al paciente un trato más adecuado.

## ¿Qué recomendaría a las clínicas que todavía no han asumido esa filosofía?

Un mayor uso de la tecnología, aumentar la colaboración con los laboratorios protésicos y mejorar la comunicación con el paciente, tanto con sus propios clientes como con el mercado, por ejemplo a través de las redes sociales, dando visibilidad a su clínica, su equipo y a su profesión.

## ¿Aportan ustedes lo necesario para el uso de las redes sociales?

Sí, no hay muchas clínicas que tengan infraestructuras informáticas y de redes sociales que puedan ser-



Juan Manuel Molina es responsable del grupo Henry Schein en España y Portugal. / PEPO HERRERA

virles de herramienta para estar presentes en esos ámbitos. Por eso desde Henry Schein apostamos por el uso profesional de las redes sociales a través de nuestro sistema E-Brand, o de nuestro software de gestión de clínica y laboratorio, Gesden. Y también aportamos formación, que es muy importante porque cuando la tecnología entra en las clínicas todo el mundo tiene que saber usarla de manera correcta.

## ¿Cuáles son las últimas innovaciones que están distribuyendo a sus clientes?

El uso de los sistemas *cad/cam*, que son cámaras digitales que recrean la imagen y permiten, por ejemplo, el diseño de dientes y molduras de forma digital sin tener que usar la antigua masilla que se empleaba para hacer moldes del diente. Este sistema junto a la interconexión de las clínicas y los laboratorios pro-

tésicos; así como el 3D, equipos radiológicos que con menos radiación permiten que el paciente vea con más claridad lo que antes se le mostraba con una radiografía. Ambos son sistemas que mejoran la calidad del producto –la prótesis dental o la imagen que se muestra al cliente– ahorrando molestias al paciente, de forma mucho más rápida y limpia. Esto es posible gracias a la interconexión de las clínicas y los laboratorios protésicos.

## ¿Distribuyen productos fabricados en España?

Nuestros productos son internacionales, muchos de ellos procedentes de EE.UU. y Alemania, porque distribuimos las primeras marcas reconocidas a nivel mundial.

## ¿Son ustedes los que tienen que insistir a las empresas para incluyan estas innovaciones o son éstas las que se las reclaman?

Nosotros estamos muy cerca del

cliente para escuchar lo que necesita, pero nuestra responsabilidad también es comunicarles qué está pasando en este mundo, qué está cambiando, por dónde evoluciona y recomendar dónde invertir para seguir avanzando juntos en un futuro. Somos un socio de futuro.

## ¿En qué países de nuestro entorno habría que fijarse para saber por dónde hay que avanzar?

De nuestro entorno cercano, Inglaterra, Francia o Alemania, y por supuesto Estados Unidos lleva años empleando tecnología que aquí aún parece que cuesta. Pero la madurez del mercado y la entrada de una nueva generación de profesionales hará que se vaya usando toda esta tecnología de forma efectiva, hace falta un periodo de adaptación.

## ¿Está ajustada la información que reciben los estudiantes de Odontología a este futuro?

Hay muchas universidades y el Plan Bolonia afectará a todo, la formación se tiene que adaptar. Nosotros intentamos estar cerca de las universidades para entender las necesidades de los futuros profesionales.

## ¿La formación que aportan ustedes es para los odontólogos o también para otros profesionales?

Podemos adaptarnos para dar formación a todo el personal de las clínicas. El año pasado formamos a más de 800 profesionales en España.

## ¿Se ha notado mucho la crisis en este sector?

Sí, la situación económica ha hecho que disminuya el número de pacientes y hay un cambio de tendencia en los tratamientos y en la manera de aplicarlos, porque la gente, si necesita dos tratamientos, te pide que le hagas sólo uno. Los profesionales españoles están bien preparados para ofrecer lo que más se adapta al paciente y poder dar un servicio de calidad.

## ¿Eso se podrá revertir cuando mejore la situación económica?

El uso de la alta tecnología también puede ayudar, ya que sirve para abaratar los tratamientos. Quienes los están incorporando son los que están saliendo adelante.

«En países de nuestro entorno, el 65% de la población visita al dentista. En España sólo el 30%»

## ¿Cómo ve la situación general de las clínicas dentales en España respecto a otros países?

En general creo que las clínicas odontológicas españolas son muy aptas para los tratamientos que ofrecen. Tenemos grandes profesionales y nuestro objetivo es ayudarles a evolucionar para que sean más eficientes.

## ¿Y la concienciación sobre la salud bucodental en nuestro país?

En España estamos bastante atrasados en general; si en otros países de nuestro entorno el 60 o el 65 por ciento de la población visita al dentista, en España es sólo el 35 por ciento. Son más conscientes de la importancia que tiene la salud de la boca para el bienestar general.

## ¿Qué le ha parecido el concepto de Culmen, que ha podido conocer en su visita a Sevilla?

Es un concepto muy abierto y agradable, que hace sentir cómodo al paciente, y que transmite mensajes muy claros sobre la importancia de la salud relacionada con la boca, una orientación sobre los servicios diferenciados que se ofrecen.