

## El reto de un futuro desafiante

*La forma de entender la Odontología hoy está cambiando y la tecnología está impulsando la transformación del conjunto del sector. Con una visión de la Odontología rigurosa, científica y segura para el paciente, desde Knotgroup apuestan por la innovación, la tecnología y el rigor científico para mejorar la calidad de los tratamientos que ofrecen sus clínicas.*



**Luis Mallo**

Presidente Ejecutivo de Knotgroup.  
Ingeniero, Fundador y CEO de varias compañías internacionales de innovación y tecnología en el campo de la Salud y la Educación y ponente de referencia internacional.  
Creador, entre otros, de servicios públicos como el "Centro de Gestión de Emergencias 112 de la Comunidad de Madrid" y el "Servicio de Emergencias extrahospitalarias (SUMA112 Madrid)".



Vivimos un momento de cambio profundo en el campo de la Medicina y la Odontología. La genómica, los datos y la inteligencia artificial lo están cambiando todo. Tendencias como el crecimiento del número de pacientes, el envejecimiento de la población mundial, el incremento de personas con dificultades de movilidad, el aumento de la cronicidad, los malos hábitos de vida, la creciente penetración de smartphones, las políticas de pago y la mayor oferta de servicios, están marcando la forma de entender hoy la Odontología. El sector dental se mueve deprisa y lo viene haciendo ininterrumpidamente desde hace 20 años. El factor que hoy marca la diferencia es la velocidad creciente con la que este cambio se está produciendo. El mercado se acelera.

La tecnología está siendo en esto un impulsor, a veces disruptivo. La industria se concentra y globaliza cada vez más, la competencia entre clínicas continúa creciendo, la demanda de tratamientos se va segmentando y en algunas especialidades se estabiliza, como es el caso de la implantología, mientras que en otras se incrementa de forma importante como en el de la estética o la ortodoncia, especialmente en su versión invisible.

Por otro lado, el auge y caída de algunas de las cadenas y franquicias con más presencia en nuestro país, o el crecimiento en número de centros de las compañías aseguradoras en estos últimos años, son un indicativo de que el sector se reajusta en busca de un comportamiento más eficiente, pero también más sostenible en el tiempo.

◆ **Contacto**

Knotgroup Dental Corporation  
[www.knotgroupdentalcorporation.com](http://www.knotgroupdentalcorporation.com)  
[info@knotgroupdentalcorporation.com](mailto:info@knotgroupdentalcorporation.com)

Y la consecuencia de todo esto es que la odontología se está haciendo cada vez más compleja y los modelos de servicio actuales con los que las clínicas trabajan, se muestran, en muchos casos, insuficientes. Las nuevas exigencias del sector nos hacen ver que las clínicas necesitan más capacidades a bordo, mayor volumen de actividad y más recursos financieros para poder acompañar al crecimiento del mercado. Hoy para tener éxito en este nuevo entorno, las clínicas tienen que transformarse, posicionar mejor sus marcas, tener grandes aspiraciones y pensar diferente, porque el futuro, desde luego, va a ser también diferente.

Y esta transformación va a afectar a todo, al gobierno de la clínica, a su arquitectura, a su visibilidad, a sus procesos y a su propuesta final a los pacientes.

#### Tiempo para una nueva estrategia

La innovación es la base del crecimiento de la clínica. Cuando una clínica deja de innovar, deja de crecer. Y aquellas clínicas que no sean capaces de mantener el ritmo de innovación adecuado, se irán descolgando poco a poco y su recuperación será muy improbable.

Necesitamos estrategias que creen más valor a través de la digitalización, de la construcción de equipos fuertes y de un liderazgo en la clínica centrado en la persona.

Y en este nuevo entorno, no nos engañemos, solo permanecerán los cambios impulsados por el paciente, por sus necesidades y preferencias. Exclusivamente.

Hoy las clínicas tienen que estar más atentas que nunca a las nuevas necesidades de los pacientes y centrarse en ellas, creando nuevos servicios y desprendiéndose de todo aquello que las distraiga.

---

**“Las clínicas tienen que transformarse, posicionar mejor sus marcas, tener grandes aspiraciones y pensar diferente”**

---

---

**“La innovación es la base del crecimiento de la clínica. Cuando una clínica deja de innovar, deja de crecer”**

---





Y aquellas que no puedan imaginar ese futuro, da igual lo importantes que hayan sido en el pasado, no sobrevivirán para contarlo.

### La odontología de los datos

El incremento de la presión competitiva en el sector dental nos hace ver que la transformación de la clínica no se hará trabajando más duro, más rápido o más tiempo. La transformación de la clínica se pondrá en marcha con la creación de nuevas ideas y nuevos valores que los pacientes aprecien y paguen. Y muchas de estas ideas no vendrán, ni siquiera, de los que ya están, sino de los externos, de los recién llegados.

Las señales de cambio suponen para las clínicas un reto difícil, porque ese esfuerzo tendrá que ser hecho desde dentro y requerirá la participación no solo de los máximos responsables, sino de todo el equipo completo.

La digitalización automatizará cada vez más, los procesos de servicio y la estructura de gestión de la clínica y aumentará su productividad.

Pero al mismo tiempo, tenemos que ser conscientes del estado actual de la tecnología y gestionar correctamente estas oportunidades, separando la realidad de las expectativas.

Para satisfacer mejor a los pacientes necesitamos saber más de ellos, conocer mejor lo que quieren y entablar con ellos interacciones de más valor. Y en esto, la digitalización posibilita a las clínicas hacerlo mejor y convertirse en proveedoras de un flujo permanente de servicios de salud bucodental sin restricción de tiempo ni de espacio.

## “Necesitamos estrategias que creen más valor a través de la digitalización, de la construcción de equipos fuertes y de un liderazgo en la clínica centrado en la persona”

En ese nuevo escenario, habrá muchas recompensas para las clínicas de vanguardia que den este paso para hacerse más fuertes y tener más opciones.

### Los grandes impulsores tecnológicos

La gran oferta de tecnología y sus habilitadores arrastran hoy a las clínicas en una carrera frenética de inversión en aparatología, en la que nadie quiere quedarse atrás.

Pero, ¿en qué estamos invirtiendo? Y ¿en qué deberíamos realmente invertir? El destino de las inversiones debería enfocarse solo en aquello que suponga para el paciente un mejor servicio, un menor coste o una mejor experiencia. En nada más. El resto es solo gasto.

Tecnologías como la aparatología de diagnóstico, la tecnología CAD/CAM, la magnificación, la planificación quirúrgica digital, la realidad aumentada, la cirugía robotizada, las arquitecturas cloud, big data, la inteligencia artificial, el Internet de las cosas médicas (IoMT), la impresión 3D o los nuevos biomarcadores, son algunos ejemplos de las posibilidades que en este momento nos ofrece el mercado.

Pero la digitalización no es un proceso de acumulación de tecnologías más o menos sofisticadas en la clínica. La digitalización es un proceso de capacitación de personas que, a partir de esas tecnologías, desarrollan habilidades para construir nuevas ventajas.

La digitalización abre la posibilidad de incrementar la base de conocimiento de la clínica y esto tiene que ver con aspectos como el talento, las curvas de aprendizaje y el capital intelectual.

Las clínicas necesitan más tecnología, pero más humanización. Porque son las personas las que pueden aportar creatividad, originalidad, emoción, plantear preguntas difíciles y hacer concesiones.



Y que yo sepa, hasta hoy, ningún escáner digital ha levantado una clínica.

Por eso la implicación del equipo en la estrategia no es una opción. El compromiso de todos los que trabajan en la clínica es clave para tener éxito en este proceso.

**La colaboración como motor de crecimiento: Knotgroup**

En este entorno cambiante, las clínicas están luchando por estabilizar los costes crecientes, hacer frente a la mayor competencia, seguir siendo atractivas para los pacientes y atraer a los mejores profesionales a sus equipos.

Y el problema es que esta exigencia entra en conflicto con su realidad, su tamaño y sus capacidades actuales. Las clínicas, en su mayor parte, no tienen el formato necesario para afrontar con garantías un reto de esta dimensión.

Knotgroup nació en 2015 con el objetivo de desarrollar una alianza de clínicas de excelencia que, manteniendo su independencia empresarial, compartiesen unas señas de identidad, unos principios y una preocupación por tener voz en el futuro de esta profesión.

Clínicas que hoy forman parte de un ecosistema en el que pueden intercambiar conocimientos, aumentar la capacidad de innovación, incrementar la productividad, tener más visibilidad en el sector y una mayor presencia de cara a la industria. Ventajas que una clínica sola no podría conseguir por sí misma. Pero por encima de eso, Knotgroup lo forman personas: odontólogos, higienistas, auxiliares, administrativos y gerentes, que unen fuerzas para que sus clínicas jueguen un papel relevante dentro del sector.

Y esto permite a todos compartir oportunidades, mejores prácticas, conocimiento científico, plataformas y formación de calidad.

De esta interoperatividad surge el contacto permanente, el intercambio de información entre profesionales, entre sistemas, entre profesionales y pacientes y entre las propias clínicas.

Knotgroup lo componen muchas voces, todas ellas distintas y singulares que hablan de los temas de fondo que afectan al sector, de cómo conectar más la odontología a la medicina, de cómo crear modelos de atención basados en la responsabilidad integral del equipo, de cómo establecer mejores relaciones con el paciente y de cómo el uso de la tecnología

**Knotgroup Dental Corporation**

**Knotgroup** es una alianza que reúne a clínicas odontológicas de prestigio, con una extensa trayectoria profesional, que comparten una forma de entender la Odontología rigurosa, científica y segura para el paciente. Clínicas que gozan del reconocimiento del público por la calidad de sus diagnósticos y de sus tratamientos. En ellas trabajan equipos de profesionales comprometidos con los pacientes, ofreciéndoles un trato médico y humano de calidad. Además, la innovación, la tecnología y el rigor científico son factores fundamentales para el Grupo y son la base para mejorar la calidad de los tratamientos que ofrecen.



**“Hoy las clínicas tienen que estar más atentas que nunca a las nuevas necesidades de los pacientes y centrarse en ellas, creando nuevos servicios y desprendiéndose de todo aquello que las distraiga”**

**“Para satisfacer mejor a los pacientes necesitamos saber más de ellos, conocer mejor lo que quieren y entablar con ellos interacciones de más valor”**

y los datos nos ayudan a tomar mejores decisiones. Hoy el sector nos pone a prueba y la nueva situación está pidiendo a gritos a las clínicas, nuevas ideas que las diferencien y una mayor creatividad para anticipar lo que viene.

Y en eso estamos.