

INDUSTRIA STOMATOLOGICĂ ÎN BRAZILIA

Veronica BULAT

Catedra Marketing și Relații Economice Internaționale

There is a general lack of information about the dental care medical equipment and products sector in Latin America on Brazil example, except for the segment of oral hygiene. Figures are scarce, not always updated and sometimes controversial. A high wall of silence, distrust and sometimes disinformation surrounds many market data. Joining the available information, everything indicates that there is a growing, highly competitive market with excellent business opportunities, both for national and international suppliers.

Introducere

Piața produselor stomatologice destinate igienei orale, în special piața echipamentelor dentare, este bine dezvoltată în America Latină. În Brazilia, o pondere majoră dețin companiile de producție cu capital străin, cum ar fi, de exemplu, Elveția și Liechtenstein: astfel, de la cifra de afaceri de 549,7 mln. dolari înregistrată în 2007 doar pentru producția echipamentelor stomatologice s-a înregistrat o creștere de cca 12,6% până în 2010. În pofida faptului că Brazilia este un important producător de produse stomatologice în America Latină, ea este și un mare importator, valorile importului oscilând în ultimii 3 ani de la 95 mln. dolari la 174 mln. dolari. Importurile braziliene sunt dominate de producătorii din SUA, Germania și Japonia, pe când fluxurile de export sunt orientate către SUA, țările vecine din America Latină și din Europa.

1. Sistemul național de sănătate orală

În centrele mari urbane pacienții pot beneficia de cele mai noi metode de tratament, fiind pe larg utilizate tehnologiile avansate de vizualizare a planului de tratament și modelarea imagistică a rezultatului prognozat. Cu toate acestea, cca 90% din totalul populației se confruntă cu probleme majore privind cavitatea bucală. Conform statisticilor, cca trei din patru brazilieni cu vârsta de 60 ani nu mai dețin nici un dinte natural, iar în unele zone rurale în aria de zeci de kilometri nu este amplasată nici o clinică stomatologică [1].

Sistemul național de sănătate publică este în colaps în privința tratamentelor stomatologice care, pentru majoritatea populației de cca 191 milioane locuitori, reprezintă o procedură costisitoare. Guvernul susține financiar cca 500 centre de asistență stomatologică în toată țara, unde activează cca 2500 medici stomatologi și care, conform datelor emise de Ministerul Sănătății din Brazilia, asigură cca 4,1 milioane de tratamente stomatologice pe an [2].

Asigurările private de sănătate orală, numite „Planos de Saude”, sunt răspândite doar în rândurile populației cu venituri stabile peste nivelul mediu de trai și în 2008 au fost estimate la cca 9,7 mln. persoane – o cifră modestă în comparație cu cca 40 mln. persoane deținătoare de asigurări private de sănătate. Conform unui raport al Ministerului Sănătății din Brazilia publicat în 2009, cca 25-30 milioane de cetățeni nu au acces la nici un fel de tratament stomatologic și cca 67% din totalul populației au posibilități reduse pentru primirea oricărui tip de asistență medicală, inclusiv stomatologic [3].

Tabelul 1

Potențialul industriei dentare în Brazilia

Numărul total de medici stomatologi	190 000
Numărul de medici stomatologi înregistrați în Sao Paulo	66 000
Numărul de medici stomatologi în Rio de Janeiro	24 000
Numărul de facultăți stomatologice	172
Numărul anual de absolvenți ai facultăților de stomatologie	13 000
Numărul de clinici stomatologice	12 500
Numărul de laboratoare dentare	1 200
Numărul de tehnicieni dentari cu drept de activitate	15 500

Sursa: Market Estimates, September 2008 [4].

Statistica atestă că din numărul total de 190 000 de medici stomatologi cca 75% își exercită activitatea de stomatolog, dintre care cca 75 000 sunt antrenați în programele sociale, ceea ce implică o cerere scăzută la produsele de import pe acest segment. Majoritatea clinicilor dentare sunt concentrate în centrele urbane din sud-estul țării. Un studiu elaborat de IEMI (Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Socio-Economicas) denotă că cca 62% din medicii stomatologi activează în sud-estul țării [4]. Organizația Mondială a Sănătății susține că numărul mediu de dentiști ce revin populației locale este de 1/1000, fiind superior mediei recomandate de 1/1500 [5].

2. Structura pieței de produse stomatologice în Brazilia

Producția de produse stomatologice în Brazilia este orientată prioritar spre echipamentele stomatologice și spre produsele primare destinate igienei orale, deoarece Brazilia este o țară unde frumusețea unui zâmbet estetic contează foarte mult.

Producția echipamentelor stomatologice este supravegheată de către Asociația Braziliană pentru Industria Articolelor Medicale, Stomatologice și de Laborator (Associação Brasileira da Indústria e Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratórios, ABIMO). Conform datelor oferite de această Asociație, drept membri sunt înregistrați cca 320 producători, dintre care 90 membri sunt specializați exclusiv în producerea echipamentelor stomatologice și, conform estimărilor ABIMO, asigură cca 80% din necesarul consumului intern [6].

Conform datelor oferite de către Asociația Braziliană de Comerț (FIOSP), în 2008 în Brazilia activau 820 de agenți economici importanți antrenați în industria stomatologică, dintre care 230 producători, 85 agenți exportatori și peste 200 de agenți importatori [7].

Industria echipamentelor stomatologice în Brazilia este dominată în special de către producătorii naționali, fiind orientați îndeosebi spre producerea uniturilor stomatologice, echipamentelor odonto-pediatrice, autoclavelor, echipamentelor de diagnosticare imagistică, echipamentelor de laborator și de profilaxie ș.a. Geografic, industria este concentrată în sudul și în sud-estul țării, însă cel mai mare centru de producție este considerat orașul Sao Paulo. Printre companiile cu capital străin care își exercită activitatea de producție în Brazilia sunt: Kavo (Germania) cu centrele de producție localizate în Joinville și Santa Catarina; Baumer S.A. (Japonia), INVOCLAR-VIVADENT Group (Liechtenstein), centrele acestora aflându-se în Sao-Paulo.

Producția de articole stomatologice, destinate igienei orale, este supravegheată de către Asociația Braziliană pentru Industria Produselor Destinate Igienei Personale, Parfumeriei și Cosmeticii (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, ABIHPEC), care în 2008 înregistra cca 300 membri, majoritatea având o activitate de producție complexă, inclusiv de produse stomatologice [8]. Pentru anul 2010, referitor la segmentul produselor destinate igienei orale, din volumul total de producție de 1099 mln. dolari, ABIHPEC a estimat următoarea ordine: 61,7% – paste dentare, 21% – periute dentare, 12,6% – produse de întreținere și 4,6% – alte produse stomatologice. Spre deosebire de producția de echipamente stomatologice, acest segment este dominat în proporție de cca 82% de companiile cu capital străin, dintre care lideri sunt: Colgate-Palmolive, Oral-B, Johnson&Johnson și Condor, toate având sediul în Sao Paulo.

3. Importurile și exporturile de produse stomatologice

În Brazilia importurile sunt, în general, dominate de produsele care nu se produc în interiorul țării. Cu toate acestea, conform datelor oferite de către Organizația Mondială a Comerțului (OMC), Brazilia importă mult mai mult decât exportă [9]. Lideri în importuri sunt SUA, Japonia și Germania. Importurile pentru anul 2010 sunt prezentate grafic în Figura 1.

Exporturile sunt dominate de către SUA, Argentina, Venezuela și Mexic (Fig.2).

Conform unui studiu efectuat de către Asociația Stomatologilor din Brazilia (Associação Brasileira de Odontologia), sectorul de îngrijire orală aduce anual un venit de cca 3,6 bil. dolari (2007), cuprinzând ambele sectoare – public și privat, ceea ce este echivalent cu 0,16% din PIB-ul Braziliei și cu 3,5% din totalul cheltuielilor pentru sănătate. Din venitul total 65% provin din companiile private, 22% din sectorul public de sănătate orală și 13% din activitatea de export exercitată [10].

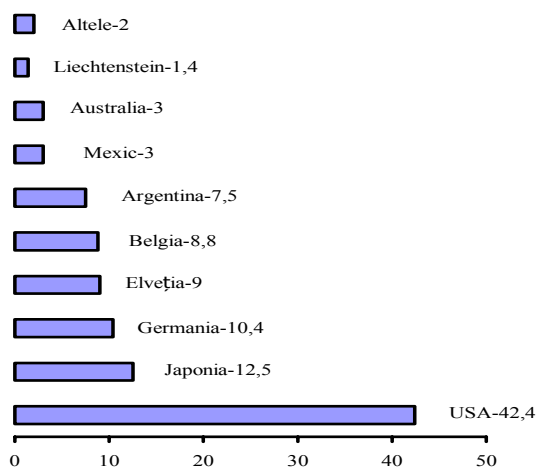


Fig.1. Importurile de produse stomatologice în Brazilia, a. 2010 (%).

Sursa: Secex Aliceweb [9]

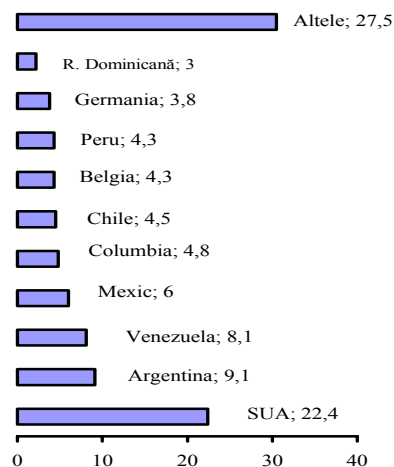


Fig.2. Exporturile de produse stomatologice din Brazilia, a.2010 (%).

4. Certificarea produselor stomatologice

Pentru industria stomatologică cele mai importante norme de certificare sunt: GMP- FDA, ISO 9001, CE-mark și EN46001. Conform ABIMO, în anul 2008 cca 65% din agenții înregistrați dețin standartizarea GMP, 43% dețin standartizarea ISO 9000, 27% – ISO 13485 și 14% – alte tipuri de standatizare. Aceste cifre indică o sporire a interesului față de dezvoltarea ramurii industriei stomatologice și consolidarea pozițiilor pe piața internațională [11].

5. Canalele de distribuție și strategiile de marketing

Producătorii autohtoni își distribuie produsele prin intermediul agenților de vânzări particulari, oficiilor regionale de vânzări sau prin stabilirea contactelor comerciale direct cu medicii stomatologi sau cu clinicile dentare particulare. Segmentul de echipamente stomatologice apelează cel mai des la expozițiile de specialitate și la târgurile de tehnică organizate în centrele mari ale țării, pe când produsele de igienă orală cel mai des sunt distribuite de agenții de vânzări sau de centrele de distribuție ale companiei producătoare.

Pentru promovarea produselor stomatologice braziliene, în special a echipamentelor, cea mai eficientă metodă s-a dovedit a fi organizarea diferitelor prezentări grupurilor de medici stomatologi și clinicilor de profil. Astfel, se acordă o atenție deosebită tuturor evenimentelor științifice, organizate de diferite asociații (de exemplu: Associação Paulista de Cirurgiões Dentistas, International Dental Meeting, Congresso Internacional de Odontologia). De exemplu, la Congresul Național al Stomatologilor, care și-a desfășurat lucrările între 24 și 28 ianuarie 2009, au participat cca 235 producători brazilieni și cca 90 producători străini din 58 de țări, având ca vizitatori peste 65 000 de persoane. Brazilia se numără printre cele câteva țări ce organizează evenimente de asemenea amploare în industria medicală.

O altă modalitate eficientă sunt posterele publicitare în publicațiile stomatologice, cum ar fi „Revista APCD” (Associação Paulista de Cirurgiões Dentistas) cu un tiraj de cca 40 000-43 000 exemplare și „Revista ABO Nacional” (Associação Brasileira de Odontologia) cu un tiraj de cca 30 000 exemplare [12]. Ambele publicații dețin capitole destinate în special evenimentelor și cercetărilor din industria stomatologică națională.

Concluzii

Domeniul industriei stomatologice în America Latină este mai puțin explorat științific, motivul fiind accesibilitatea redusă la informațiile date. Pe exemplul Braziliei putem observa că statele de acest tip sunt orientate atât spre producerea echipamentelor stomatologice pentru consumul intern și pentru segmentul de piață al țărilor cu nivel mediu de dezvoltare, cât și spre producerea produselor pentru igiena orală cu capital străin. În articolul de față au fost prezentate materiale și date statistice privind sistemul de organizare a procesului de producere și distribuție a produselor stomatologice.

Referințe:

1. Tax on the Modernization of the Brazilian Navy, IEMI – Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Socio-Economicas, www.iemi.com.br
2. World Health Organisation; The World Health Report, Chapter Latin America, www.who.org
3. Ibidem.
4. Tax on the Modernization of the Brazilian Navy, IEMI – Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Socio-Economicas, www.iemi.com.br
5. World Health Organisation; The World Health Report, Chapter Latin America, www.who.org
6. ABIMO Economic Data Report 2010, ABIMO – Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratórios (Brazilian Association of the Industry of Medical, Dental, Hospital and Laboratory Articles and Equipment) www.abimo.org.br/DADOS_ECONOMICOS_PTT
7. Secex Aliceweb Brazilian Committee Report 2010; Ministério do Indústria e Comércio Exterior, www.aliceweb.gov.br
8. ABIHPEC Press Release 2010, No.3; ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumaria (Brazilian Association of the Cosmetic, Toiletry and Fragrance Industry) www.abihpec.org.br
9. Secex Aliceweb Brazilian Committee Report 2010; Ministério do Indústria e Comércio Exterior, www.aliceweb.gov.br
10. ABO Guia de Odontologia Brasil 2009; ABO – Associação Brasileira de Odontologia (Brazilian Dentistry Association) www.abonacional.org.br
11. Ibidem.
12. Ibidem.

Prezentat la 08.12.2011