

Q&A para Felipe Leonard – Introducción de S.I.N. en España

En cuanto a la ampliación del S.I.N.

1. **¿Qué puedes decir sobre SIN en general?** S.I.N. Implant System es una de las mayores empresas de implantes del mundo, con una de las mayores y más modernas fábricas del planeta, donde produce (y vende) más de 1 millón de implantes al año y un total de 6 millones de ítems considerando componentes, instrumental, etc. Para entender la dimensión de esto, es bastante más del doble del volumen de la mayor empresa de España. Hoy S.I.N. entrega soluciones para sus clientes en más de 25 mercados globales en 5 continentes. En el centro de nuestra cultura corporativa existen 3 pilares: Foco en el cliente (ser su mejor socio de negocios. Vivimos para nuestros clientes); Innovación y ciencia (con acuerdos de colaboración con las mayores Universidades del mundo y de Brasil, y los mayores nombres en investigación); Foco en las personas (una empresa de personas para personas, social y ecológicamente responsable).
2. **¿Cómo afectarán las inversiones recientes en la expansión de la fábrica brasileña a los mercados globales?** Nuestro plan de expansión viene duplicando la capacidad de producción cada 2 años. Entre 2021 y 2024 nuestra fábrica estará recibiendo aproximadamente 100 nuevos tornos, con una inversión superior a los EUR 30 millones, y una capacidad adicional de más de 2 millones de implantes.
3. **¿Qué razones llevaron a S.I.N. destinar fondos y esfuerzos a la operación española?** El mercado Español es uno de los más importantes del mundo, por su dimensión, porque marca tendencias (es, por ejemplo, el mercado más digitalizado del mundo), por el nivel de sus profesionales dentistas, por la calidad de sus Universidades e Investigadores, y al mismo tiempo es uno de los más competitivos del mundo, con alrededor de 200 casas de implantes buscando su lugar en ese mercado. Si pretendemos que S.I.N. se despegue de la mayoría como una marca de referencia y preferida de cada vez más dentistas españoles, es importante invertir y hacer cosas de forma diferente, servir mejor.
4. **¿Hay planes de futuro para la operación española?** Sin dudas. Estamos acelerando nuestra inversión para ofrecer un portfolio de productos cada vez mayor y mejor, aumentar participación en Congresos y Eventos locales, facilidades para que los dentistas españoles participen de eventos internacionales, cursos de formación (en España y en el Exterior), investigación y desarrollo en colaboración con las mayores Universidades locales, y varios etcéteras. Todo esto en asociación con nuestro partner local, la empresa Sinedent.

Mercado – España

5. **¿Qué importancia tiene el mercado español para S.I.N. ?** España está en el Top 5 de nuestras prioridades globales.

6. **¿Cuál es la facturación de S.I.N. en España en relación con los mercados globales?** España hoy representa 5% de nuestras exportaciones. Los planes de expansión globales son agresivos, y en relación a España esperamos triplicar nuestra participación de mercado hasta fines de 2024.
7. **¿Cuáles son los productos de S.I.N destacados en el mercado español?** Hasta ahora el UNITITE, un producto para carga precoz que óseointegra en 28 días en situaciones normales, gracias a la combinación de cámaras de cicatrización con una superficie de HaNano (nano hidroxapatita) altamente hidrofílica, que acelera la formación de hueso de calidad. Pero este año lanzamos EPIKUT y ya es un éxito mayor al esperado, un producto ideal para carga inmediata en pos-extracción (aunque funciona en cualquier tipo de hueso), que cuenta con la misma superficie HaNano, cámaras de cicatrización, y espiras en doble hélice altamente cortantes. Un producto de alta performance, de fácil y rápida instalación, que aumenta la productividad del dentista, y los resultados para el paciente.
8. **Frase sobre la presencia en el mercado español (planes y expectativas).** Triunfar en el mercado español es un gran desafío, en el que esperamos ser exitosos. Pero sabemos que ese éxito solo es posible si el dentista nos evalúa mejor que a la competencia, en todas las variables. En eso nos verán trabajando en los próximos años, con foco total en los clientes.

Sobre Sinedent

9. **¿Cuánto tiempo hace que Sinedent inició la sociedad con S.I.N.?** La relación comenzó en 2015, aunque los planes más ambiciosos para el mercado Español junto a Sinedent iniciaron en 2019, fueron afectados por la llegada de la pandemia, y a partir de 2021 venimos acelerando.
10. **¿Cómo es S.I.N. y cuál es la importancia estratégica de Sinedent en este escenario?** Hoy Sinedent atiende el mercado Español en toda su extensión, gracias a una estructura propia y red de subdistribuidores a lo largo y ancho del territorio. Un buen inventario cerca del cliente, una logística ágil, asesoramiento cercano y excelente servicio posventa son pilares claves para el dentista, y este es el foco de Sinedent.
11. **¿Qué está cambiando en la asociación con Sinedent en este momento?** Hemos definido a España como mercado estratégico, por lo cual se creó un plan de inversión desde S.I.N. para colaborar con Sinedent en la expansión acelerada del negocio. A partir de 2021, los equipos globales de S.I.N. están y estarán cada vez más cerca de esa operación, sumando a las herramientas de Sinedent el poder de las cada vez mayores herramientas globales de S.I.N.
12. **¿Cuáles son los puntos fuertes de Sinedent y qué aporta a S.I.N.?** Nosotros creemos firmemente en los principios de "el cliente es

nuestra razón de existir”, y el de “piense globalmente, actúe localmente”. El equipo Sinedent nos permite llevar al mercado español los beneficios y ventajas que da la escala multinacional, con la agilidad y foco de la empresa con sello local, cercana al mercado, sin las burocracias ni la política que en las grandes corporaciones reducen el foco en el cliente.

13. **¿Qué deben esperar los dentistas españoles de este cambio?** El plan es llegar con cada vez mayores opciones de producto para todas las necesidades, técnicas de trabajo, situaciones clínicas, en condiciones de precio competitivas, y con calidad- performance superior. Mas allá del producto, el asesoramiento y servicio deben ser diferenciales. Y mas allá del servicio, la experiencia de pasar a formar parte del mundo S.I.N. Implant System, del ecosistema de eventos locales y globales, de la mística de la marca, debe llevarlos a sentir en el tiempo que el cambio valió la pena.