
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE MARCA COMERCIAL DE IMPLANTES DENTALES MÁS USADOS POR ESPECIALISTAS

CARLOS RAÚL MONTES PINEDA
ESPECIALISTA EN REHABILITACIÓN ORAL MENCIÓN IMPLANTOLOGÍA

RESUMEN

Objetivo: La selección de una marca de implantes dentales es un momento crítico para el éxito del tratamiento, etapa la cual puede ser compleja para el clínico debido a la amplia oferta comercial. El objetivo central del estudio fue determinar los criterios de selección más usados al elegir una marca comercial de implantes dentales según odontólogos especialistas. **Metodología:** Se hizo una revisión bibliográfica para identificar los parámetros por medio de los cuales escoger una marca de implantes. Estos se clasificaron en técnicos y mercadológicos, ordenándose en un cuestionario de tipo cerrado, valorándose por medio de escala psicométrica Likert del 1 al 5, desde lo muy importante a lo nada importante respectivamente. Se incluyó en el cuestionario un componente de pregunta abierta para sugerir nuevos parámetros. La muestra a conveniencia contó con veinte odontólogos especialistas con experiencia al menos en tres marcas de implantes. Para el análisis estadístico descriptivo se usó Microsoft Excel 2011 versión para Mac, utilizando medidas de tendencia central como la Media Aritmética y Moda. Para este mismo fin, los parámetros técnicos se clasificaron de *1a* hasta *1i*, mercadológicos del *2a* hasta el *2f* y los sugeridos de *p1* a *p7*. **Resultados:** Usando como referencia escala Likert se obtuvieron promedios para cada serie de variables, considerando los más cercanos al 1 como de mayor importancia. Así, *1e* con promedio 1.5 y *2b* con promedio 1.35 son los más significativos. Entre los sugeridos se obtuvieron porcentajes a partir de una tabla de frecuencias, siendo *p3* con un 33.33%, el valor más significativo. **Conclusiones:** Los criterios de selección más usados al elegir una determinada marca comercial de implantes dentales según el criterio de odontólogos especialistas son la variabilidad en pilares de retención protésica, en cuanto a parámetros técnicos; la disponibilidad adecuada de los productos ofertados por la empresa, en cuanto a parámetros mercadológicos. De entre los parámetros sugeridos, la compatibilidad de aditamentos con otras marcas comerciales es el más representativo.

Palabras clave: Implantes dentales. Implantología.

SUMMARY

Objective: The selection of a dental implant brand is a critical moment for the achievement of success on a treatment plan, task which can be complex due to a wide variety of manufacturers among the market. The principal objective of this study is to establish the most used criteria when choosing a commercial brand on dental implants according to dentist specialists. **Methods:** A literature review was made for identifying those useful parameters for the selection of a dental implant brand. They were classified whether if being 'technical' or 'market' related, then ordered in a closed survey to be valued through the Likert psychometric scale, from 1 to 5, from the 'very important' to 'non important', respectively. The survey also included an open question component for the purpose of suggesting new parameters. The convenience sample was conformed by twenty dentist specialists whom should have at least working experience with three dental implant brands. Microsoft Excel 2011 for Mac was used for the descriptive statistical analysis, using measures of central tendency such as Arithmetic Mean and Mode. For this purpose, 'technical' parameters were classified from *1a* to *1i*, 'market related' from *2a* to *2f*, and those 'suggested' in the open question, from *p1* to *p7*. **Results:** By using the Likert scale as reference average scores were obtained for each group of variables, considering those closer to the 1 score as being the most important. Thereby, *1e* averaged 1.5 and *2b* with 1.35 were the most significant. Among the 'suggested' one, percentages were obtained from a frequency table percentages with *p3* marking 33.33%, as the most significant. **Conclusions:** The most used selection criteria when choosing a commercial brand of dental implants according to the judgement of dentist specialist, were 'variability in retention prosthetic abutments' among the technicals; 'adequate availability of the products offered by the company', among the market related ones. Among the suggested ones, compatibility of abutments between different brands was the most significant.

Key words: Dental implants. Implantology.