

Radiografía de la
salud bucodental
en España:
usos, hábitos y
percepciones



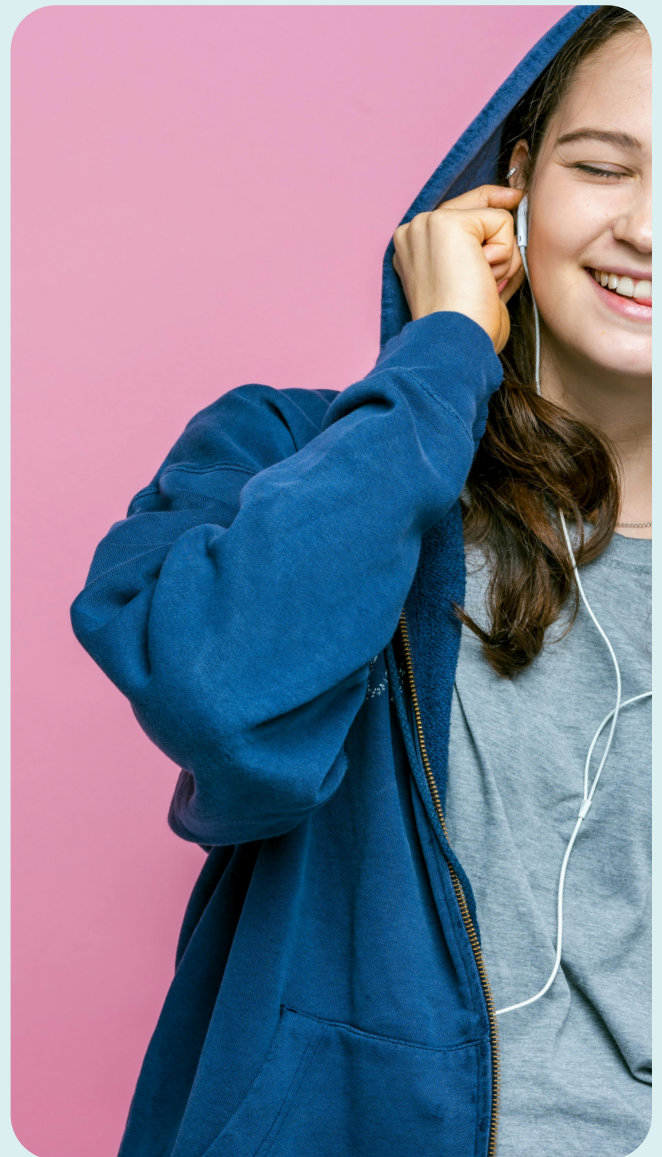
1 INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

La salud bucodental ha dejado de ser una cuestión meramente funcional para integrarse plenamente en el concepto moderno de bienestar integral. La salud bucodental forma parte de nuestra vida cotidiana, de nuestros hábitos diarios y también de nuestra calidad de vida. Sin embargo, sigue existiendo una distancia entre lo que sabemos sobre su importancia y cómo se traducen esos conocimientos en hábitos de cuidado.

La radiografía del cuidado bucodental en España, realizado por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa), analiza cómo evolucionan los comportamientos y las dinámicas de consumo en base a una encuesta representativa realizada a más de 1.000 personas de entre 15 y 75 años. Los datos muestran que el cuidado bucodental se percibe claramente como un ámbito vinculado a la salud.

Metodología del Estudio:

- Técnica: entrevista online autoadministrada.
- Muestra: 1.051 respuestas efectivas, representativas de la población española mayor de 15 años.
- Periodo de campo: del 4 al 22 de diciembre de 2025.
- Nivel de confianza: 95 %.



2 IMPORTANCIA, HÁBITOS Y ACTITUDES

La salud bucodental como eje de la prevención y el bienestar

La percepción de la salud bucodental como componente esencial de prevención y bienestar aumenta de forma significativa con la edad y es especialmente relevante entre las mujeres.

+75%

encuestados consideran que la salud bucodental es clave para su bienestar

Diferencias demográficas Impacto emocional

Esta percepción alcanza su punto máximo en las mujeres (79,1 % lo ven "muy importante") y en los mayores de 65 años (83,3 %).

El cuidado dental influye directamente en la autoestima (76,5 %), la seguridad al sonreír (78,1 %) y la motivación personal (70,1 %). Los jóvenes de 15 a 24 años son quienes perciben un mayor impacto en su dimensión social.

Motivaciones y aprendizaje de hábitos

El hogar se consolida como el aula principal para la salud oral: 8 de cada 10 padres y madres aseguran que los hábitos de higiene se enseñan en casa y 6 de cada 10 compran productos específicos para niños por adaptaciones de sabor/formato y recomendación profesional.

76,5%

El cuidado dental influye directamente en la autoestima

78,1%

El cuidado dental influye en la seguridad al sonreír

70,1%

en la motivación personal

Jóvenes de 15 a 24 años perciben un mayor impacto en el ámbito social

Motor principal

La prevención de problemas de salud es el motivo principal para el 37,4 % de la población.

Otros factores

También influyen la preocupación por el bienestar general y el deseo de evitar gastos futuros en tratamientos.

3 RUTINAS DE CUIDADO, HIGIENE Y PREVENCIÓN

Frecuencia y calidad de la limpieza

Aunque el cepillado dental es un hábito masivo, todavía existe margen de mejora en la adopción de rutinas completas.



8 de cada 10

personas se cepillan los dientes dos a más veces al día

Las mujeres mantienen una mayor frecuencia; el 79 % se cepilla dos o más veces, frente al 61% de los hombres.



3 de cada 10

realiza una rutina completa dos o más veces al día

Solo el 30% de los españoles realiza una rutina completa (que incluya cepillado, enjuague y seda dental) dos o más veces al día.

1%

Nunca se cepilla

2,4%

Se cepilla menos de una vez al día

17%

Se cepilla una vez al día

38%

Se cepilla dos veces al día

41%

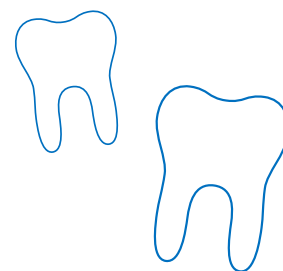
Se cepilla más de dos veces al día

Los odontólogos son la fuente más fiable para la ciudadanía: 9 de cada 10 confían en su criterio

La figura del profesional sanitario es la piedra angular de la información en este sector. Esta confianza profesional actúa como capital social que puede contrarrestar mitos y malas prácticas; sin embargo, la búsqueda de información en internet para comparar productos es muy habitual, lo que exige respuestas comunitarias que combinen prescripción profesional y comunicación accesible.

Farmacéuticos

Se posicionan como la segunda fuente de referencia. El perfil del farmacéutico es clave en la prescripción y recomendación de productos específicos.



4 EL PROCESO DE DECISIÓN Y CANALES DE COMPRA

Multicanalidad y conveniencia

+ 4

canales de compra

El comprador de productos bucodentales es omnicanal, considerando una media de 4,2 canales diferentes para sus adquisiciones. La accesibilidad y la conveniencia son factores sociales clave: las decisiones de compra responden a ritmos de vida, confianza y estructuras locales de provisión.

Canales preferidos

80%

prefiere supermercados, hipermercados, farmacias y parafarmacias

Liderazgo del gran consumo

64%

El supermercado/hipermercado es el canal principal para el 64 %, debido fundamentalmente a la comodidad y el precio.

Rol de la farmacia

20%

2 de cada 10 acuden a farmacias y parafarmacias en la búsqueda de productos que cubran necesidades más específicas.

Atributos de elección del producto:

67,6%

Beneficios y necesidades específicas

51,5%

Confianza y recomendación

29%

Ingredientes y composición

16,8%

Precio

16,5%

Experiencia sensorial

Los consumidores eligen productos por eficacia y confianza: el beneficio percibido y la recomendación profesional pesan más que el precio.

Cuando pensamos en elegir un producto de salud bucodental lo más importante es el beneficio percibido, la confianza y la recomendación profesional.



La protección de las encías y la confianza por las marcas destacan frente al resto de los atributos que motivan la elección de productos.

Segmento infantil

El cuidado de los más pequeños muestra una alta especialización: 6 de cada 10 padres y madres compran productos específicos para sus hijos. Los motivos principales son la adaptación de sabores y formatos (46,4 %) y la recomendación del pediatra o dentista (38,4 %).

5 LA CARIES Y EL DEBATE SOBRE EL FLÚOR

La caries: principal enfermedad crónica del mundo

2.300 millones

personas afectadas a nivel global por la caries.

530 millones

de niños en todo el planeta sufren esta enfermedad.

En España, el foco preventivo debe reforzarse, ya que, aunque existe conciencia, persisten brechas de conocimiento y hábitos incompletos.

Una buena salud bucodental previene enfermedades orales

4,7

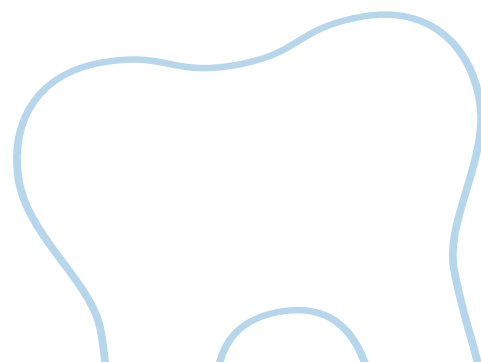
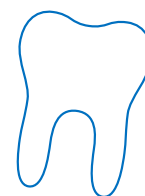
El usuario medio identifica 4,7 enfermedades relacionadas con la boca (caries, sarro y gingivitis son las más mencionadas).

82%

sabe que el enjuague no sustituye al cepillado, pero persisten dudas sobre si el sangrado de encías es "normal" (57,2 % cree que lo es a veces) o la necesidad del hilo dental.

El flúor es la medida preventiva más eficaz, segura y accesible frente a la caries

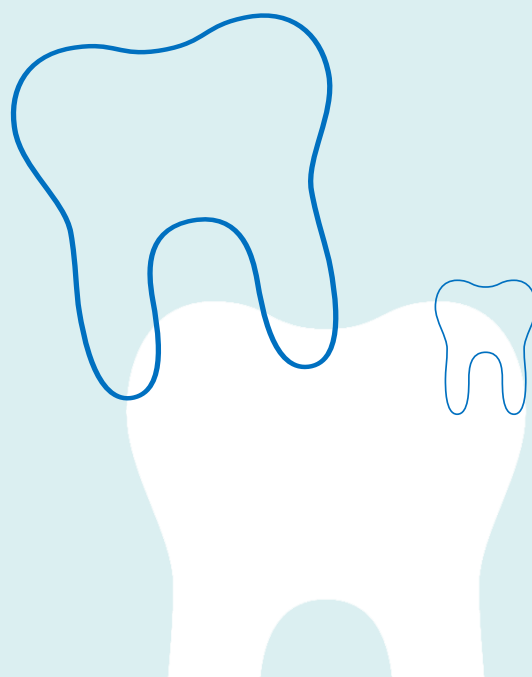
El 95 % del mercado de pastas dentífricas contiene flúor, el ingrediente preventivo más eficaz frente a la caries. Sin embargo, solo el 42 % de los consumidores lo elige de forma consciente. Un 9 % opta por productos sin flúor y hasta el 15 % de los jóvenes españoles empieza a verse afectado por la desinformación en torno a este ingrediente.



6 REFLEXIONES FINALES Y OPORTUNIDADES

La Radiografía de la Salud Bucodental 2026 concluye que, si bien España es un país con hábitos de cuidado bucodental consolidados, existen áreas clave para la prevención, la salud y el bienestar.

La salud bucodental es un asunto social: es práctica cotidiana, símbolo de integración social y campo de confianza profesional. Las políticas y acciones más efectivas serán las que combinen evidencia científica con estrategias de proximidad —familia, escuela, farmacia, odontólogo— para transformar hábitos y reducir desigualdades y normalizar una rutina completa que ya no sea patrimonio de unos pocos, sino una norma de bienestar colectivo.



Radiografía de la salud bucodental en España: usos, hábitos y percepciones

