DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper · Hispanic and Latin American Edition

EDITADO EN MIAMI | www.dental-tribune.com | No. 6, 2019 VOL. 16

• «Rodéate de las mejores mentes en tu campo y tendrás éxito" (P-I Brånemark) •

Cirugía implantológica avanzada

Un experto explica técnicas que van desde la regeneración ósea a la elevación de seno

Por Juan Manuel Aragoneses

Página 14

Una muestra de la técnica ROG, donde la cantidad de hueso regenerado depende del espacio creado bajo el elemento barrera.

Fotos Machir Ataroth/Fusión Digital - Javier de Pisón/Dental Tribune

La Dra. Elba Rosa Leyva Huerta, la primera mujer elegida como Directora de Odontología de la UNAM, durante su discurso de inauguració de la 71 Expo AMIC Dental.

De izquierda a derecha, la ceremonia de apertura del Congreso Internacional de UNAM, una mascota posa con un ejemplar de Dental Tribune, y a Lic. Raquel Tirado, Presidente de AMIC Dental, durante su alocución.

GRANDES EXPERTOS

LA MUJER EN LA ODONTOLOGIA
Carolina Bechara describe las barreras que la mujer ha tenido que vencer / 02

ORTODONCIA DIGITAL
David Suárez Quintanilla analiza la relevancia del neuromarketing / 04

DIGNIFICAR LA ODONTOLOGIA
Enrique Jadad sobre la vejez y «el cuento del descuentico» / 03

ESTETICA
El realce de labios en la consulta, según Patricia Uribe / 24

ODONTOPEDIATRIA
Mario Elías Podestá sobre el trauma dental en bebés / 27

SER Y HACER
Sabe ¿qué es realmente ser odontólogo y hacer odontología? / 06

INVESTIGACION
El largo camino hacia la ingeniería tisular / 25

MEDICINA DEL SUEÑO
Derek Mahony: la postura de la lengua para controlar trastornos / 32

JUBILACION
Un programa que combina retiro y responsabilidad social / 22

DENTAL TRIBUNE
El periódico dental del mundo
www.dental-tribune.com

Publicado por Dental Tribune International

DENTAL TRIBUNE
Hispanic & Latin America Edition

Editor-in-Chief & Business Manager
Javier Martínez de Pisón
j.depison@dental-tribune.com
Miami, Estados Unidos
Tel.: +1-305 633-8951

Graphic Designer
Javier Moreno

COLABORACIONES
Los profesionales interesados en colaborar deben contactar al director.

Esta edición mensual se distribuye gratuitamente a los odontólogos latinoamericanos y a los profesionales hispanos que ejercen en Estados Unidos.

Dental Tribune Study Club
El club de estudios online de Dental Tribune, avalado con créditos de la ADA-CERP, le ofrece cursos de educación continua de alta calidad. Inscríbase gratuitamente en www.dtstudyclubspanish.com para recibir avisos y consulte nuestro calendario.

DT International

Licensing by Dental Tribune International

Publisher/Chief Executive Officer Torsten R. Oemus
Chief Financial Officer Dan Wunderlich
Director of Content Claudia Duschek
Senior Editors Jeremy Booth, Michelle Hodas
Clinical Editors Nathalie Schüller, Magda Wojtkiewicz
Editors Franziska Beier, Brendan Day, Monique Mehler, Kasper Mussche
Copy Editors Ann-Katrin Paulick, Sabrina Raaff
Business Development & Marketing Manager Alyson Buchenau
Digital Production Manager Tom Carvalho, Andreas Horsky, Hannes Kuschick
Website Development Serban Veres
Project Mgr. Online Chao Tong
Db Mgmt. & CRM Annachiara Sorbo
Sales & Production Support Puja Daya, Hajir Shubbar, Madleen Zoch
Executive Assistant Doreen Haferkorn
Accounting Karen Hamatschek, Anita Majtenyi, Manuela Watchel
E-Learning Manager Lars Hoffmann
Education & Event Mgr. Sarah Schubert
Media Sales Managers
Melissa Brown *(International)*
Hélène Carpentier *(Western Europe)*
Matthias Diessner *(Key Accounts)*
Maria Kaiser *(North America)*
Weridiana Mageswki *(Latin America)*
Barbora Solarova *(Eastern Europe)*
Peter Witteczek *(Asia Pacific)*

Executive Producer Gernot Meyer
Advertising Disposition Marius Mezger

Dental Tribune International GmbH
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Germany
Tel.: +49 341 48 474 302 | Fax: +49 341 48 474 173
info@dental-tribune.com | dental-tribune.com

La información publicada por Dental Tribune International intenta ser lo más exacta posible. Sin embargo, la editorial no es responsable por las afirmaciones de los fabricantes, nombres de productos, declaraciones de los anunciantes, ni errores tipográficos. Las opiniones expresadas por los colaboradores no reflejan necesariamente las de Dental Tribune International.
©2019 Dental Tribune International.
All rights reserved.

LA FUERZA DE LA MUJER

Venciendo obstáculos

*Por Carolina Bechara Amengual**

"Nunca dudes que un pequeño grupo de mujeres comprometidas pueda cambiar el mundo; de hecho, ya lo estamos logrando".

La odontóloga venezolana Carolina Bechara describe las barreras que la mujer ha tenido que vencer para ser aceptada como igual en la profesión odontológica.

Ciertamente, las mujeres hoy en día seguimos luchando para lograr culminar nuestros estudios, para convertirnos en profesionales, logrando así conjugar nuestras responsabilidades como amas de casas y como profesionales al mismo tiempo. Esta mezcla no representa un límite para nosotras, aun cuando el sistema está adaptado a roles masculinos y las tendencias culturales y sociales nos alejen de nuestro éxito profesional.

La mujer siempre ha tenido que luchar contra estándares dentro de la sociedad, inclusive, al igual que los hombres, contra el racismo, como en su momento lo hiciera Ida Gray Rollings, la primera mujer afroamericana graduada de dentista (1890) en la Escuela Dental de Michigan, Estados Unidos.

Incluso existió el caso del Dr. George Baker, quien defendía la teoría de que las mujeres no debíamos ejercer la profesión, y propuso ademas una enmienda en la American Dental Association, que rezaba que la odontología debía ser una profesión netamente ejercida por los hombres, que solo ellos debían ser admitidos en los centros de enseñanza.

Es así como Lucy Beaman Hobbs Taylor luchó contra prejuicios y se convierte en la primera mujer en graduarse de dentista en una universidad de Estados Unidos, en Ohio Dental College, en 1866. Fue también la primera mujer en realizar estudios de postgrado y la primera mujer en pertenecer a una sociedad odontológica.

La Dra. Olga Lentz es una de las odontólogas mas famosas de Estados Unidos. Nacida en Nueva York, se muda a Filadelfia para realizar sus estudios de odontología, pues, la Escuela de Odontología de la Universidad de Nueva York no permitía la admisión de mujeres. Luego de terminar sus estudios, regresa a su ciudad natal, donde comienza a ejercer como odontóloga; sus pacientes eran un grupo pequeño de conocidos, mujeres y niños en su mayoría. Decide finalmente establecerse en Minnesota en 1910, donde tenía más libertades como mujer en su profesión.

La doctora Olga Lentz, pionera que se graduó de odontóloga en 1910, en su consultorio de Minnesota.

Foto: Creative Commons

De esta forma, se referían los diarios neoyorquinos a las mujeres dentistas:

"Bonita y popular. Un dentista ya no es un rey de los espantos. Ella es una reina de belleza. Que agradable ver una dulce y delicada cara de niña inclinada sobre la tuya, como se inclina para atrás en la silla fatal de la tortura, qué delicioso mirar para arriba en tiernos ojos azules o negros, y sentir que zarcillos suaves de pelo están borneando la frente como brisa de verano. No es de extrañar que las jóvenes lady-dentistas tengan éxito y que su número esté en constante aumento». New York Morning Journal.

Los últimos 20 años han sido muy positivos para la mujer dentro del mundo profesional, en lo que a igualdad de genero se refiere, pues se han reducido los estereotipos y discriminaciones, se han redistribuido además las cargas desproporcionadas de las responsabilidades familiares que asumían las mujeres, logrando un equilibrio armónico entre hombres y mujeres.

Cada día, más mujeres ostentan cargos directivos en grandes empresas, cada día son más las mujeres que crean negocios y estudian en universidades. Sin dudas alguna, las mujeres estamos creando tendencias en la sociedad, obteniendo triunfos y éxitos que solo los hombres lograban alcanzar.

Nunca dudes que un pequeño grupo de mujeres comprometidas pueda cambiar el mundo; de hecho, ya lo estamos logrando. DT

*** La doctora Carolina Bechara Amengual, odontóloga egresada de la Universidad Central de Venezuela, trabajó en diversas instituciones de salud pública durante 14 años y ejerce en Caracas.*

DIGNIFICANDO LA ODONTOLOGIA

El cuento de «hágame un descuentico»

Por Enrique Jadad Bechara

El conocido rehabilitador oral colombiano Enrique Jadad afirma que debemos prepararnos para llevar una vejez digna, y que la mejor manera de contar con una pensión de retiro personal es no regalar los servicios odontológicos ni hacer descuentos.

Los tiempos han cambiado, las técnicas han sido modificadas y las prioridades tanto de los odontólogos como de los pacientes son otras, pero lo que sí debe mantenerse intacto, incólume y sin variaciones, deben ser los parámetros biológicos, fisiológicos, la oclusión, la función y la ética, factores que a los pacientes poco les interesan.

Hoy día, con tanta oferta y exceso de odontólogos, los pacientes entendieron que hay demasiadas promociones, descuentos, remates, obsequios. Pero lo que no entendemos los odontólogos es que esto ha traído es el empobrecimiento del gremio.

Por un lado, encontramos al odontólogo graduado de una universidad legal, real y con calificación de alta calidad; es un profesional que les ofrece a sus pacientes materiales de excelente calidad, de marcas comerciales reconocidas, instrumental debidamente empacado, lavado, esterilizado y almacenado, que paga un arriendo, cámara de comercio, impuestos, sobretasas, como mínimo tiene de empleado un auxiliar, paga unos servicios públicos, hace las adecuaciones e incurre en gastos astronómicos exigidos por las secretarías de salud.

Aparte de estos gastos, este odontólogo idóneo invierte en seminarios, congresos, simposios, diplomados, con la finalidad de actualizarse, aumentar sus conocimientos y calidad de trabajo. Este odontólogo hizo un postgrado presencial, paga a una empresa reconocida y autorizada para recoger los desechos biológicos y corto-punzantes, para no sacar los desechos del consultorio en la basura normal. Este odontólogo se encuentra inscrito y habilitado en el registro de prestadores de servicio salud.

Lo triste es que a los pacientes no les importa: cuando nos visitan para solicitar nuestros servicios, inmediatamente lanzan la pregunta más común: ¿la consulta tiene costo? Por Dios, cuanto me indigna cuando me dicen «hágame un descuentico», y nos expresan que si accedemos a darles ese descuento nos traen a la esposa, a la mamá, al hijo, y siguen interpelando con frases como "vea, que el trabajo con la familia es grande".

La responsabilidad de nuestro trabajo no merece que estemos nadando a diario en mares tenebrosos llenos de ofertas y descuentos. Llámese oferta, descuento, promoción, regalo, dádiva, o como se quiera referir: no es justo, no es digno, no es propio de una ciencia de la salud estar mendigando pacientes con estos actos denigrantes e indeseables. Estoy seguro que ninguno de ustedes que lean estas líneas aceptaría que a su esposa embarazada la atienda un ginecólogo que oferte 2 por 1, o un cardiólogo que paute en vallas callejeras, revistas, periódico o tv, en donde su eslogan sea,: "Venga y le ponemos el primer marcapasos con el 30% y el segundo con el 70% de descuento". O un cirujano plástico que oferte: "El primer seno con el 30% de descuento y el segundo gratis". O esta otra oferta: "Le encimo la lipo". Les aseguro que yo saldría corriendo despavorido.

«No es propio de una ciencia de la salud estar mendigando pacientes».

Por estas y muchas más razones, les pido el favor de que sean conscientes del adagio que dice que «lo barato siempre sale caro». Siempre le digo a los pacientes que llegan pidiendo descuentos que no somos almacén de cadena, y les pregunto: ¿Le parece caro una cirugía de cordales? Y continúo haciendo más comentarios y preguntas como esta: ¿Una liposucción o una rinoplastia, un aumento de senos y glúteos si lo paga con gusto? Respeten a los profesionales porque pasamos muchos años de nuestras vidas estudiando y preparándonos para ejercer una odontología general, sumemos 3 ó 4 años de postgrado para hacer nuestra especialización, a lo que seguimos actualizándonos en cursos, congresos. Mientras a los pacientes les duela invertir en su salud, esto no va a cambiar. Después de que le generen un daño por buscar lo más económico, cuando quieran odontología racional y bien hecha, el costo va a ser muy alto.

A los pacientes les expreso también que «todo lo que brilla no es oro», que se debe poner en una balanza el costo-beneficio. Hoy día pululan miles de colegas que postean fotos en redes sociales con guantes negros, enfundados en batas tipo smoking, posando sonrientes al lado de pacientes supuestamente "felices". Pero, a muchos de estos personajes que bien pueden tener el título de Odontólogos o de Especialistas, se les olvidó el juramento hipocrático que hicieron el día de su graduación.

Los pacientes, la gente común, los empresarios de la salud, piden y exigen procedimientos que se ha demostrado son lesivos para la salud. Es lamentable y difícil de admitir que, por pereza a informarse bien, piden que se les realicen estos procedimientos que desean aún después de ser informados de los riesgos que conlleva un procedimiento específico. No les importa nada, aun cuando en sus bocas presenten patologías reales que sí requieren tratamiento de forma inmediata.

Esta situación es de todos los días, aún en personas que creemos estructuradas y bien educadas por ser profesionales: tristemente, están más preocupados por su apariencia que por su salud. Ya lo dijo el Dalai Lama hace

El Dr. Enrique Jadad es Especialista en Rehabilitación Oral e investigador con práctica privada en Barranquilla (Colombia). Fundador del grupo Dignificar la Odontología (FaceBook).

años: “El hombre pasa la mitad de su vida gastando su salud en busca del dinero, y el resto de su vida gastando su dinero para recuperar su salud. Nacer no pedimos, vivir no sabemos, y morir no queremos”. A final de cuentas, no importa cuánto estudiemos, el buen vivir no es tema de ningún pensum académico y no se aprende sino con la experiencia.

Por eso debemos cuidarnos, ser unidos, evitar hablar mal de nuestros colegas cuando un paciente nos invite a eso, solamente dar nuestro diagnóstico profesional sin señalar, sin juzgar; no podemos seguir el juego de desacreditarnos entre nosotros. Si hay algo que se tenga que juzgar, que sea la justicia quien se encargue de eso. Y todavía peor, es que no estamos preparados para defendernos por los honorarios tan bajos cómo están hoy en día, no alcanza a muchos ni para sobrevivir, sin capacidad de ahorrar, la mayoría endeudados.

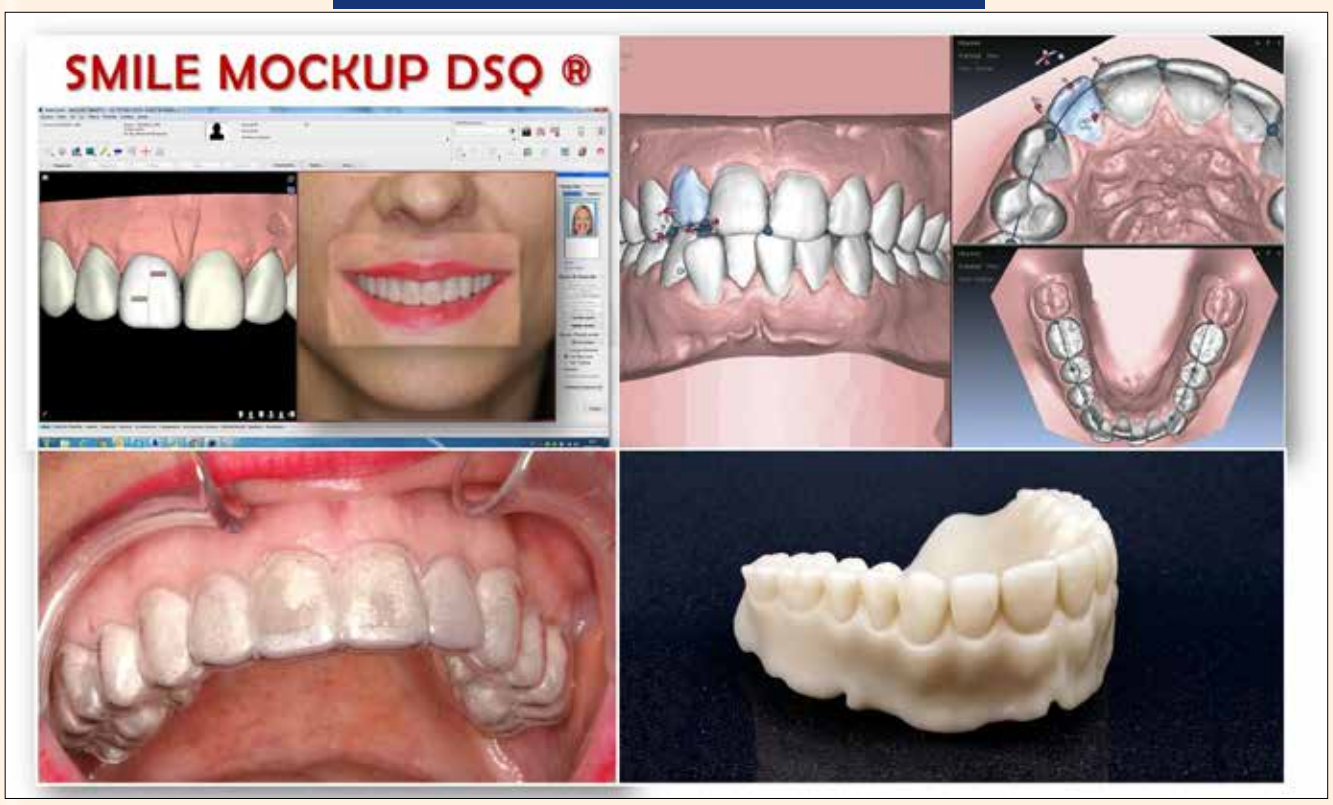
Los contratos en entidades prestadoras de servicios de salud no dan para vivir dignamente como profesionales y nos engañamos trabajando horas extras en consulta privada. Debemos ponernos a pensar en el momento de colgar la turbina, la bata y los guantes, cuando nos llegue la hora del retiro laboral.

Mucho cuidado con los dineros que cotizamos o no para pensión de retiro, mentalicémonos que no somos inmortales, que la ley de la vida nos llevará a envejecer. Pensemos en ese momento en que nos toque mensualmente pagar por nuestra salud, las medicinas, nuestro sustento y los demás gastos que vienen asociados con la vejez. Muchos de nosotros, sin querer y sin caer en cuenta, cotizamos para vivir inmersos en una pobreza a futuro. Debemos prepararnos para llevar una vejez digna; ese día. cuando estemos solos, sin apoyo, no nos va a valer el haber sido el odontólogo que dejó muchos pacientes felices por sus bajas tarifas, por sus descuentos.

Cuando ya nuestro organismo no nos permita trabajar, les aseguro que nadie se va acordar de nosotros, nadie nos va a tender la mano. Pero la solución está en nuestras manos: no nos regalemos más, cobremos lo justo, se debe luchar por tener unas tarifas mínimas para todos en cada uno de nuestros países, tarifas que no puedan ser violadas, con esto lograremos que los pacientes elijan a su odontólogo no por el precio, sino por la calidad humana y profesional.

El día que nos unamos todo será diferente, mucho mejor en todo aspecto. Nos sentiremos orgullosos de lograr el sitial que merecemos en la sociedad, valdrá la pena correr los riesgos a los que constantemente nos exponemos. Parece un sueño, pero es posible alcanzarlo: empecemos hoy, creando conciencia de querer hacer las cosas bien y trabajar unidos, pronunciarnos sobre los abusos laborales y rechazar esos modelos de contratación esclavistas, buscar la solución a los problemas que nos persiguen porque estamos dormidos y nos está arrastrando la corriente. DT

GRANDES EXPERTOS



El sistema de mockup de diseño de sonrisa DSQ del autor.

¿Diseño de sonrisa y neuromarketing

*Por David Suárez Quintanilla**

El Profesor David Suárez Quintanilla, una de las máximas autoridades de la Ortodoncia a nivel mundial y creador de la Técnica SWLF, explica que el neuromarketing trata de influir en el cerebro del consumidor apelando a un comportamiento emocional, al que llama «un potentísimo motor en la toma de decisiones en ortodoncia y odontología cosmética».

La Resonancia Magnética Funcional y otros novedosos sistemas de registro de la actividad neuronal cerebral han revolucionado la neurociencia, la psicología, la psiquiatría y el marketing al permitir detectar y localizar con precisión estereotáxica aquellas neuronas o grupo de neuronas que se activan durante el pensar y el resto de las funciones cerebrales.

La investigación más reciente deja en evidencia que no solo Homer Simpson tiene un cerebro vago; pensamos poco y mal y la mayoría del tiempo nuestro comportamiento es automático y está dominado por las estructuras más emocionales del cerebro (Sistema Límbico, la Amígdala, Núcleo Acumbes, la Corteza Prefrontal, etc.).

El pensamiento rápido, inconsciente, superficial y acrítico responde a la necesidad del cerebro de ahorrar energía y de saltar, sin meditar, de la observación a las conclusiones; presenta la desventaja de ser fácilmente influenciable por tópicos, falsas apariencias, estereotipos y prejuicios. El neuromarketing trata de influir en el cerebro del consumidor a través del conocimiento de este comportamiento automático e intuitivo.

El pensamiento rápido está basado en la asociación de ideas y el efecto “Halo”, estudiado en psicología, por el que por una determinada característica (una sonrisa atractiva) nuestro inconsciente añade atributos extra que no guardan relación directa con esa característica (salud, juventud, estatus, inteligencia, simpatía, éxito social, etc.). Por eso la gente viene a la consulta con la sonrisa de su actor o actriz preferida.

Muchas de las grandes decisiones de nuestra vida (escoger nuestros amigos, nuestra pareja, decidir tener o no hijos, donde vivir, etc) no las tomamos con la parte más noble, evolucionada y humana de nuestro cerebro, el cortex, sino con estructuras más primitivas, desde el punto de vista filogenético, ligadas a la emoción y al pensamiento rápido. Paradójicamente, la emoción domina a la razón y es un potentísimo motor en la toma de decisiones, por ejemplo, en

** El Profesor David Suárez Quintanilla es catedrático de Ortodoncia de la Universidad de Santiago de Compostela (España), expresidente de la European Orthodontic Society y vicepresidente del área de Ortodoncia de la International Association for Dental Research. En sus treinta años dedicados a la Ortodoncia, ha creado procedimientos como la Técnica SWLF (Straight Wire Low Friction), desarrollada con la compañía RMO de Denver, que es actualmente utilizada por ortodoncistas de más de treinta países. Además, es autor del libros como «Ortodoncia. Eficiencia Clínica y Evidencia Científica”.*

ortodoncia y odontología cosmética. La sonrisa tiene un altísimo poder emocional y me imagino que, como ocurre con la cara y los gestos faciales, tiene áreas concretas de reconocimiento cerebral.

Sin querer ser maniqueísta, he de decir que en las clínicas tenemos dos extremos de pacientes, aquellos racionales que buscan la solución a un problema dental concreto (muchas veces relacionado con molestias, dolor o algún grado de incapacidad funcional) y otros emocionales que buscan, a través de un cambio en su sonrisa, una transformación vital que mejore su autoestima y su felicidad.

Los pacientes emocionales están dispuestos a mil sacrificios durante el tratamiento, quieren un exagerado color blanco en su sonrisa o demandan carillas que les obligue a un cuidado minucioso de sus dientes (dormir para siempre con una férula) e incluso a privarse de alimentos muy sabrosos, pero excesivamente consistentes, porque los pacientes emocionales no compran lo que necesitan sino lo que desean.

Desde el punto de vista crematístico, estos pacientes son los más interesantes, ya que no solo generan el 80% de los ingresos de una clínica estándar (cuando representan menos del 20% del total de pacientes), sino que valoran mucho nuestro trabajo, son más fáciles de fidelizar y acaban convirtiéndose en verdaderos misioneros que muestran y cuentan a sus compañeros las excelencias de nuestro trabajo; sus elevadas exigencias clínicas e incluso sus quejas, que muchas veces malinterpretamos, son en realidad un signo de aprecio hacia nuestro trabajo. Una manera, por tanto, de aumentar los ingresos y rentabilidad de nuestra clínica es tratar de conseguir que la proporción de pacientes emocionales aumente, bien por una cuidada selección en la primera visita, o la transformación de los racionales en emocionales.

Mockup que muestra cómo quedaría el paciente.

"Estos pacientes son los más interesantes, ya que no solo generan el 80% de los ingresos de una clínica estándar, sino que valoran mucho nuestro trabajo y son más fáciles de fidelizar».

El diseño de la sonrisa (DSD) y el mockup digital 2D y 3D es un arma muy potente para convertir un paciente racional en emocional, para convencer visualmente al paciente de que a partir de ahora ya no puede renunciar a su nueva sonrisa, a su nueva imagen.

El mockup es una flecha dirigida, a través de la vista, hacia el sistema límbico y emocional del paciente y produce la mayor de las motivaciones hacia el tratamiento. El mockup es realmente extraordinario porque hace entrar al paciente en el mundo de las sensaciones, del "me siento mucho mejor", y del de la potencialidad y autoafirmación de sí mismo.

La mayoría de los pacientes no tienen la capacidad de proyección mental del resultado del tratamiento, no son capaces de imaginar el resultado en su sonrisa y su proyección social. El mockup ayuda a entender al paciente el cambio que su vida y su felicidad puede experimentar con el tratamiento dental, le tienta, le seduce y pasa a convertirse en objeto prioritario de su deseo, las neuronas de su sistema límbico empiezan a relampaguear, a volverse locas y le incitan de manera irrevocable a aceptar nuestro plan de tratamiento y a pagar, como sea, nuestro presupuesto.

Como en el mundo del lujo, la mejor venta dental, es la venta emocional. DT

PUBLICIDAD

SER Y HACER

Ser odontólogo y hacer odontología

*Por Gonzalo Arana Gordillo**

Durante mi vida profesional he tenido la oportunidad de conocer diferentes países, y, en especial, a estudiantes que están iniciando en esta carrera de odontología. Durante estos viajes he conversado con ellos acerca del porqué iniciaron esta profesión y me he encontrado con múltiples e interesantes respuestas; sin embargo, la más frecuente es: "Resultado de la admiración hacia un colega que proyectó una imagen de éxito, prosperidad y felicidad».

Es inquietante, al profundizar sobre la razón de elegir la profesión, respuestas como: prosperidad económica, reconocimiento social, obtener bienes materiales de moda. Inquietan estas respuestas ya que la odontología es en esencia, como todas las ciencias de la salud, un servicio desinteresado hacia el bienestar de nuestros pacientes; debería de tener un significado de humanización, de dignificar, un sentido de ser y un sentido de servir. Tener la capacidad en nuestras manos de sanar, de aminorar dolores, manejar afecciones muscular, óseas, dentales y en múltiples ocasiones, espirituales, no es un tema superficial, y requiere de un re-pensar de la razón para encontrarnos en este rumbo.

Es cada vez más frecuente encontrarse con un gran número de profesionales que, una vez graduados, no encuentran facilidad para ejercer las competencias para las cuales fueron capacitados y sometidos en muchos casos a políticas poco humanistas de formación educativa, enfocados a formar empleados y no gestores de cambio social y económico para la profesión.

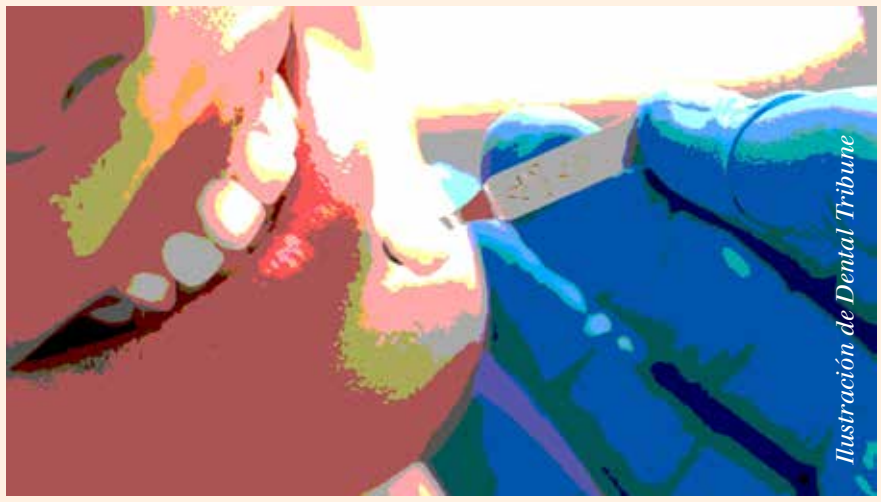


Ilustración de Dental Tribune

«Ser odontólogo es la intención de servicio sincera y total, con todos nuestros conocimientos, experiencias y habilidades, al servicio de nuestro paciente».

Es por esto que Creer para crear debe ser la consigna de los profesionales de la odontología. Creer que es posible una generación sonriente, saludable y feliz; y crear un profesión con anhelo de servir. No basta con identificar los mejores materiales y técnicas de aplicación clínica de los mismos, si nos olvidamos que estamos atendiendo a nuestros semejantes, donde la interacción humana cobra mucho valor en una profesión dedicada a servicio como la nuestra. La intencionalidad ejercida por el profesional cambia la percepción y, por ende, la satisfacción del paciente atendido.

Ahora bien, debemos ser conscientes que, a pesar de nuevas tendencias, atendemos pacientes, quienes son personas que requieren atención por algo que aqueja su salud y que desean mejorar, no son clientes (que en definición, es una persona que realiza una compra).

En el hacer, para lo cual el entrenamiento es meticuloso, en especial en las especialidades clínicas, no deberíamos perder el norte en cuanto a recordar que el ser humano es de una complejidad maravillosa, que si bien los protocolos basados en evidencia son nuestro sustento en el hacer, las variables infinitas de los seres humanos solo pueden ser interpretadas y llevadas a cabo con éxito por otro ser humano con conocimientos en el hacer, pero fundamentados en el SER.

Buscando el sentido de SER odontólogo, entendemos el ser como la esencia de la intención de servicio sincera y total, con todos nuestros conocimientos, experiencias y habilidades, al servicio de nuestro paciente. Los beneficios económicos de nuestro buen hacer son una consecuencia de una labor ejecutada con entrega y amor, no deben ser un objetivo primario dado que, cuando lo son, se pierde el rumbo y cometemos errores. Debemos considerar tratamientos que en ocasiones son extremadamente complejos y costosos, donde el paciente no queda satisfecho, pues percibe que el objetivo principal fue el beneficio económico y no la obtención de bienestar y salud para el paciente.

Es así como el mejor pago de nuestros servicios en salud es el agradecimiento sincero de nuestros pacientes. Entonces, la mejor técnica de mercadeo y fidelización será la referencia sincera de nuestros pacientes satisfechos por la atención brindada, ante amigos cercanos, familia y quien comente en cualquier reunión o interacción donde se hable sobre el tema de odontología.

Sólo deberás atender con todo el amor y la mejor intencionalidad de servicio, desde ese primer paciente que tengas en la universidad. La gratitud del paciente se verá reflejada en un asegurado éxito personal y profesional, sumado en Latinoamérica a muchos abrazos sinceros de agradecimiento y, en ocasiones lagrimas de felicidad y muchas expresiones de "Dios se lo pague" y "Mil bendiciones."

Recordemos la frase: "Elige un trabajo

*El doctor Gonzalo Arana Gordillo, que ejerce en Cali (Colombia), es Especialista en Biomateriales, Operatoria y Estética Dental, Especialista en Docencia Universitaria, Fundador del grupo de investigación en Biomateriales y Estética Dental «BEO» de Colciencias y Miembro Vitalicio de ALODYB.

PUBLICIDAD

Mecanizado que devuelve el ritmo de trabajo

Por Dental Tribune Latin America

Amann Girrbach lanza Ceramill Matik, la primera Digital Native Automation Unit que se autoalimenta, dejando al técnico dental libertad para concentrarse en lo fundamental.

Con la nueva unidad de mecanizado Ceramill Matik, Amann Girrbach revoluciona el trabajo digital diario del laboratorio. La innovadora Full Service Unit combina la estación de mecanizado propiamente dicha con un sistema de administración de existencias totalmente automático, una gestión inteligente de herramientas y una unidad de limpieza integrada, que permite el cambio automático entre el modo húmedo y seco.

De este modo, la Ceramill Matik trabaja de modo totalmente autónomo y puede producir de manera continua por la noche o durante el fin de semana sin necesidad de administración. El técnico dental se libera así de las actividades secundarias improductivas, que hasta la fecha suponían hasta el 40 por ciento de su tiempo de trabajo, y puede concentrarse al cien por cien en la creación de valor en el laboratorio.

La moderna unidad de control de 10 ejes es el cerebro de la nueva solución integral. Domina, entre otros, los innovadores modos de mecanizado de la Ceramill DNA Generation, como el modo Carving patentado, Thrilling (fabricación de pilares de una pieza) y el fresado Speed de resinas. De este modo, se garantiza una diversidad máxima de indicaciones y materiales: desde materiales en bloque duros y quebradizos, hasta materiales metálicos, pasando por materiales de circonio y PMMA.

La alimentación de la estación de mecanizado tiene lugar a través de una gestión inteligente de materiales y herramientas. Para ello cuenta con un depósito integrado de piezas en bruto, que permite tener preparado suficiente material como para poder alimentar de manera constante la unidad de mecanizado durante el fin de semana. Además, todos los materiales se pueden escanear (incluso en la recepción de las mercancías o directamente en el sistema) y «casarse» con soportes inteligentes. Y gracias a un chip RFID en el soporte, también es posible leer sin contacto todas las informaciones importantes del material. De este modo, el técnico dental puede consultar en todo momento los materiales disponibles en el laboratorio.

La innovadora gestión de herramientas, pendiente de patente, lleva la inteligencia a la gestión de las herramientas. Las fresas y el envase forman una unidad que se puede colocar de manera directa, cómoda y sin sitio definido (caótico) en la Tool Tray. Gracias a la integración en el envase de un chip RFID legible sin contacto, la máquina lee los datos de la herramienta y almacena el estado actual en la unidad de herramientas después de cada proceso. Nunca más se desecharán las fresas prácticamente sin utilizar porque se desconozca la asignación al material y el tiempo en uso, y nunca más será necesario asignar manualmente las herramientas en el software para asegurar la seguridad del proceso.

La limpieza automática del espacio de trabajo también es necesaria para la producción continua automatizada sin la intervención humana. Esto se tuvo en cuenta desde el principio en la unidad Ceramill Matik. Para mantener siempre limpia la estación de fresado, el espacio interior tiene un diseño ergonómico y sin esquinas, un revestimiento resistente especial, barras de aclarado en los laterales de la máquina, lavado de 360 grados sobre los portafresas y una cámara de sobrepresión para proteger las herramientas. A través de dos potentes bombas industriales integradas en la unidad Ceramill Cleanstream, con un rendimiento total de lavado de casi 40 l por minuto, la cámara de fresado se limpia de manera segura, autónoma y a fondo.

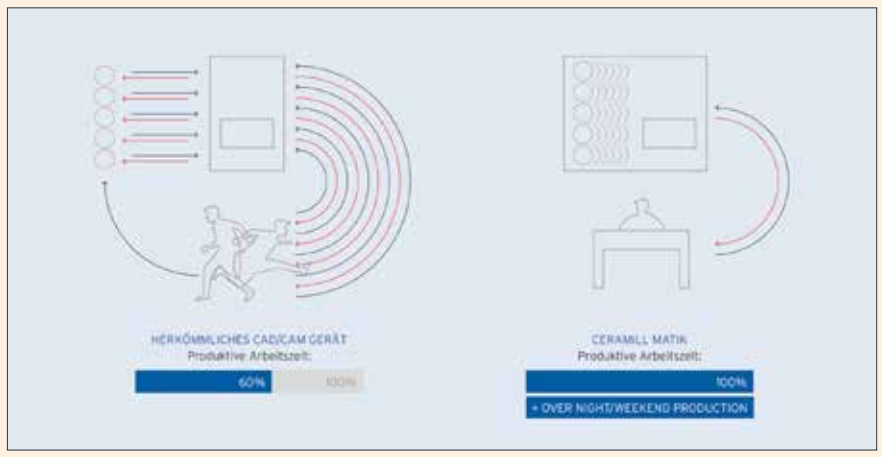
Para el trabajo diario en el laboratorio esto significa que, ahora, el técnico dental vuelve a marcar el ritmo en el proceso digital de fabricación, y no la máquina. DT

Recursos

• **Amann Girrbach**: www.amanngirrbach.com/es/home/

Ceramill Matik, la primera unidad tipo DNA (Digital Native Automation) que se autoalimenta.

Ceramill Matik combina tres aparatos en uno: la estación de mecanizado en sí, un sistema de administración de existencias totalmente automático y una unidad de limpieza integrada.



Flujo de trabajo en el laboratorio con un aparato CAD/CAM convencional comparado con un flujo de trabajo en el laboratorio con la Ceramill Matik.

WWW.CROIXTURE.COM
CROIXTURE
NEW COLLECTION
PROFESSIONAL MEDICAL COUTURE
PUBLICIDAD

Machir Ataroth/Fusión Digital - Javier de Pisón/Dental Tribune

Las autoridades de la odontología mexicana en la inauguración de la 71 Expo AMIC Dental en Ciudad de México.

Gran dinamismo en la 71 Expo AMIC Dental

Por Javier de Pisón

La gran feria mexicana conocida como Expo AMIC Dental celebró su 71 edición en Ciudad de México, donde se presentaron una amplia gama de materiales, productos y equipamientos odontológicos.

Más de 20,000 visitantes acudieron la exposición comercial, celebrada del 1 al 5 de mayo en el World Trade Center de la capital mexicana, lugar donde la Universidad Nacional Autonóma de México realizó también su Congreso Nacional e Internacional de Odontología. De esta forma, los asistentes pueden acceder en un mismo centro a una gran exposición comercial y a un congreso científico también multitudinario, con salones con capacidad hasta para 500 personas, que estuvieron totalmente llenos.

La exposición comercial, que rifó cinco automóviles marca Mercedes Benz cada día del evento, presentó productos como Ceramage (Shofu), una microcerámica para restauraciones indirectas con igual transmisión de la luz que los dientes naturales y notable transparencia; Futura Bond (VOCO) un adhesivo de última generación de doble curado que permite elegir entre emplear grabado o no; o BruxZir Esthetic (Glidewell), restauraciones resistentes y naturales de circonio que han alcanzado gran popularidad.

A nivel de equipamiento, W&H presentó su avanzado motor quirúrgico Implantmed, desarrollado especialmente para cirugía implantológica, con el módulo Osstell ISQ acoplado, que permite

La Dra. Elba Rosa Leyva Huerta, la primera mujer elegida como Directora de Odontología de la UNAM, durante su discurso.

El asesor de AMIC Dental, Ayub Safar, que ejerció como Maestro de Ceremonias de la inauguración.

La Lic. Raquel Tirado, Presidente de AMIC Dental, durante su alocución.

medir la estabilidad de los implantes. La mayor novedad fue la introducción de Proxeo Twist, el primer contra-ángulo profiláctico para pulido que utiliza el sistema LachShort. Planmeca, a través de Ivoclar Vivadent su distribuidor en México, presentó su avanzado tomógrafo ProMax 2D.

Varios de los responsable de estas compañías fueron entrevistados por Dental Tribune, que publicará estos artículos en breve.

Primera Directora en FO UNAM

Por primera vez en su larga historia, una mujer dirige la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Autonóma de México.

La Dra. Elba Rosa Leyva Huerta, Directora de la Facultad de Odontología de la UNAM, inauguró el Congreso Nacional e Internacional de la Facultad de Odontología en una gran ceremonia en el salón principal del World Trade Center.

El congreso presentó dos días de conferencias y un día dedicado a la Exposición de carteles científicos.

Entre los conferencistas muchos de los cuales fueron entrevistados por esta publicación, se encontrabam figuras como Mario Rodríguez Tizcareño (México), «La evolución e implementación de los DOGMAS en la implantología oral»; Fernando Varea (Argentina), «Remoción de caries con tecnología enzimática»; Marco Benítez (México), «Administración moderna y eficiente de su clínica»; Edgar Enrique García Hurtado (Colombia) «La evolución de las resinas compuestas»; Luis Celis Rivas (México), «Biomecánica en el diseño de las preparaciones dentales»; Iván Herrera Ustariz (Colombia) «Alergia al titanio, factores críticos en la falta de oseointegración»; Jorge Triana Estrada y Laura S. Acosta (México), «Odonto Talk»; Tonatiuh Ruiz (México), «Materiales y estrategias en protección pulpar»; Argelia Almaguer Flores (México), «Biomateriales y nanocompuestos con actividad antimicrobiana»; Benjamín Mancilla (México), «Odontología de diseño e impresión 3D»; Lina Suárez María Beatríz Ferro (Colombia) «Nuevos conceptos en ecología bacteriana y prevención»; Arturo Flores (México), «Toma de decisiones en el manejo de la zona anterior»; Jaime Aparecido Cury (Brasil), «La importancia del fluoruro en las pastas dentales infantiles»; Horacio González Flores (México), «Opciones en radiología intraoral»; Víctor R. Ortiz (Puerto Rico), «Diseño de sonrisa al extremo»; Daniel Rivera Hernández (México), «Odontología Hi-Tech»; Víctor Hugo de León (Guatemala), «Biomecánica de los sistemas restauradores»; Juan Carlos Trejo (México), «Alcanzando el consultorio de mis sueños»; o Ivonne Segovia Hernández (México), «Coronas estéticas pediátricas».

No se pierda una amplia serie de entrevistas con los protagonistas de esta exposición y congreso, que aparecerán en la página web de Dental Tribune. DT

Recursos

• AMIC Dental: amicdental.com.mx

El Presidente del Greater New York Dental Meeting, Dr. Lauro Medrano Saldaña, con un grupo de estudiantes a quienes invitó a asistir al congreso, que se celebra del 29 de noviembre al 4 de diciembre.

El nuevo producto BruxZir Esthetic, elaborado a base de circonio estético y resistente, complementa la línea BruxZir de Glidwell.

La empresa Shofu presentó en la feria mexicana productos como Ceramage.

RECIBA GRATIS NUESTRA NEWSLETTER SEMANAL EN SU BUZON 3UVESDOBLES.NET/DENTAL-TRIBUNE