

DENTAL TRIBUNE

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

EDITADO EN MIAMI

www.dental-tribune.com

No. 3, 2014 VOL. 11

Foto: © 2010 José Antonio Rosario

El láser en odontología

Una tecnología que es sinónimo
de excelencia clínica

“Morro Sunset”, imponente puesta de sol en el fuerte de San Felipe del Morro en el viejo San Juan (Puerto Rico), captada por el gran fotógrafo puertorriqueño José Antonio Rosario.

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

Publicado por Dental Tribune International

DENTAL TRIBUNE
Hispanic & Latin America Edition

Director General
Javier Martínez de Pisón
j.depison@dental-tribune.com
Miami, Estados Unidos
Tel.: +1-305 633-8951

Directora de Marketing y Ventas
Jan Agostaro
j.agostaro@dental-tribune.com

Diseñador Gráfico Javier Moreno
j.moreno@dental-tribune.com

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 Hispanic and Latin America Edition es la publicación oficial de la Federación Odontológica Latinoamericana (FOLA).

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. Inscríbese gratuitamente en www.dtstudyclubspanish.com para recibir avisos y consulte nuestro calendario.

DT International

Licensing by Dental Tribune International

Group Editor: Daniel Zimmermann
newsroom@dental-tribune.com
+49 341 48 474 107

Clinical Editor Magda Wojtkiewicz
Online Editor Yvonne Bachmann
Claudia Duschek
Copy Editors Sabrina Raaff
Hans Motschmann

Publisher/President/CEO Torsten Oemus
Director of Finance Dan Wunderlich
Business Development Claudia Salwiczek
Media Sales Managers

Jan Agostaro (International)
Matthias Diessner (Key Accounts)
Melissa Brown (International)
Peter Witteczek (Asia Pacific)
Maria Kaiser (USA)
Weridiana Mageswki (Latin America)
Hélène Carpentier (Europe)

Marketing & Sales Services Esther Wodarski
Nicole Andrä

Accounting Karen Hamatschek / Anja Maywald
Executive Producer Gernot Meyer

Dental Tribune International
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Germany
Tel.: +49 341 4 84 74 502 | Fax: +49 341 4 84 74 173
www.dental-tribune.com | info@dental-tribune.com

Regional Offices
ASIA PACIFIC
Dental Tribune Asia Pacific Limited
Room A, 20/F, Harvard Commercial Building,
105-111 Thomson Road, Wanchai, Hong Kong
Tel.: +852 5115 6177 | Fax: +852 5115 6199

THE AMERICAS
Dental Tribune America
116 West 25rd Street, Ste. 500, New York, N.Y.
10011, USA
Tel.: +1 212 244 7181 | Fax: +1 212 224 7185

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.

©2014 Dental Tribune International.
All rights reserved.

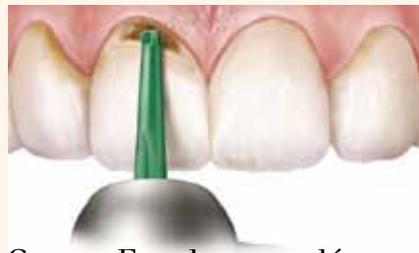


Un fotógrafo singular

29 La espectacular portada de este número, al igual que esta foto de la misma serie y titulada «El fuerte de San Felipe», fue captada con un cámara Nikon D300 en 2010 por el fotógrafo puertorriqueño José Antonio Rosario, de quien publicamos un artículo sobre su extensa carrera, que abarca desde el fotoperiodismo al ensayo fotográfico.

3 *Escuela de líderes*
El Vicedecano de Educación Dental Continua de NYU habla sobre sus cursos internacionales

12 *Primeras impresiones*



George Freedman evalúa una marca de fresas dentales

4 *Henry Schein crece en Puerto Rico*
El presidente de Mercados Especiales explica los planes de la empresa

24 *Caso clínico*
Un cemento que simplifica las restauraciones

Terapia con láser

14 Tres artículos sobre las ventajas que le ofrece esta tecnología



23 *Personalidades*
Maité Paniagua, Doctora, Coronel y Comandante de Departamento de Odontología de la Policía Nacional de Rep. Dominicana

6 *Productos & Empresas*
Lo nuevo de Biolase, Crosstex, Neodent, KaVo, FGM, Angelus, NSK, GC

26 *Puerto Rico*
Lo mejor de dos mundos

Solo en Internet en
www.dental-tribune.com

**PARA PUBLICIDAD EN DENTAL TRIBUNE
CONTACTE A JAN AGOSTARO
(j.agostaro@dental-tribune.com)**

“La educación es una ventaja competitiva en el mercado”

Escuela de líderes

Por Javier de Pisón

Dental Tribune habló con H. Kendall Beacham, Vicedecano del Programa de Educación Dental Continua de la Universidad de Nueva York, sobre los programas internacionales de la universidad, que en marzo ofrece un curso de una semana en estética dental que le permite destacar su práctica de la de otros profesionales.

¿Cómo comenzó la proyección internacional de NYU?

Nuestro programa de certificación internacional llamado “Current Concepts in American Dentistry” (Conceptos actuales de la odontología americana) se inició en 1981. Hasta la fecha, contamos con más de 3.600 graduados de 26 países de todo el mundo.

¿Qué aprenden los dentistas en la Semana de Estética?

Durante la Semana Internacional de Estética, los participantes aprenden lo último en implantes y restauraciones estéticas, lo cual incluye carillas de porcelana, adhesión, blanqueamiento y diseño de la sonrisa. El profesorado se selecciona cuidadosamente para ofrecer la información más actual sobre investigación y tratamiento clínico.

¿Cuán útil son esos conocimientos en la práctica diaria?

La educación expande la capacidad clínica del profesional, y le proporciona también una ventaja competitiva en el mercado.

¿Cómo se selecciona la facultad para la Semana de Estética?

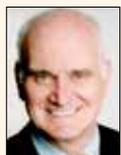
Una de las diferencias del Programa de Educación Continua Linhart es que cada semana de educación se personaliza para un grupo de asistentes dado. En función de las necesidades o el enfoque de cada grupo, selecciono a un equipo de profesores que se concentran en temas específicos. Habiendo estado involucrado en el programa internacional de educación continua de NYU por más de 25 años, creo que esta experiencia ha perfeccionado mi capacidad para seleccionar no sólo a los mejores clínicos, sino también a los más eficaces para impartir cursos a grupos internacionales.

¿Cuáles han sido los resultados de las ediciones anteriores?

Esta es nuestra 11ª Semana Internacional de Estética en Nueva York. La mejor prueba de que es un programa relevante y atractivo para los dentistas interesados en aprender nuevas técnicas y capacidades clínicas está en sus 11 años de duración.

¿Cuál es el objetivo educativo de NYU en América Latina?

A veces existen diferencias entre los conceptos e innovaciones que se utilizan en Estados Unidos con los de diferentes países de América Latina. Uno de nuestros objetivos es cerrar esa brecha para crear una base más sólida de conocimientos de los conceptos actuales en odontología.



H. Kendall Beacham, Vice-decano del Programa de Educación Dental Continua de la Universidad de Nueva York.



Una clase de Educación Continua en la Universidad de Nueva York.

¿Qué ofrecen los programas de NYU a los dentistas extranjeros?

La Semana Anual de Estética Internacional está abierta a dentistas de todo el mundo. Se trata de una semana en primavera en la que ofrecemos un programa educativo que cubre una variedad de temas en el campo de la estética. Este programa atrae a cientos de participantes

cada año. Si se busca una experiencia aún más íntima, ofrecemos también cursos de una semana de duración impartidos por los directores de los programas de NYU para América Latina, Europa y Asia.

¿Tiene programas en países latinoamericanos?

Sí, en la actualidad contamos con progra-

mas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela.

¿Cuáles son las principales ventajas de los programas de NYU?

Como la mayor escuela de odontología de Estados Unidos, la Universidad de Nueva York siempre se ha considerado como una universidad global. Estamos comprometidos a mejorar la salud oral de la población mediante nuestros programas internacionales de educación dental.

Los cursos de la Semana Internacional de Estética del Linhart Continuing Dental Education Program de NYU se dictarán en inglés, pero habrá traducción en español para quien lo desee. El costo de la inscripción es de US 1,800 dólares y los interesados en participar pueden inscribirse visitando <http://bit.ly/1aaHwVT>. **DT**

CRIANDO EL DESARROLLO NATURAL

COMPLETANDO LA DEMANDA DE PADRES DE UN TRATAMIENTO DE ORTODONCIA TEMPRANO

myobrace®

MYOFUNCTIONAL ORTHODONTICS

“El Sistema Myobrace ha empaquetado Terapia Miofuncional tradicional, Expansión de las arcadas y alineación dental en un sistema integrado que se implementa fácilmente, para obtener mejores resultados, con menos esfuerzo de tiempo.”



- ✓ Tratar a los niños más temprano
- ✓ Aumenta el flujo de pacientes
- ✓ Mejorar la eficiencia por delegación
- ✓ Beneficios financieros adicionales

Asista a un seminario para aprender más:

www.myoresearch.com

1 8 6 6 - 5 5 0 - 4 6 9 6

usa.courses@myoresearch.com



Henry Schein se consolida en Puerto Rico

Por Javier de Pisón

La compañía Henry Schein patrocinó en evento en San Juan de Puerto Rico el pasado 5 de febrero con el que se iniciaron las actividades del Congreso de Cirujanos Dentistas de Puerto Rico, que tuvo lugar del 6 al 9 de febrero.

El presidente de la división de Mercados Especiales de Henry Schein, Hal Muller, dio una charla en la que explicó las nuevas iniciativas de la compañía en Puerto Rico y Latinoamérica.

Muller manifestó que la compañía ha establecido un almacén en Puerto Rico con objeto de distribuir de manera más eficiente los productos que representa, tanto en la isla como en el resto de los países del Caribe.

Este paso constituye una importante apuesta de Schein por consolidar el mercado puertorriqueño, donde ahora cuenta con una oficina administrativa, un salón de exposiciones y un almacén de distribución.

“Nuestra meta es acercarnos a otros países para expandir nuestra visión global en odontología, salud oral y medicina”, manifestó Muller. “Henry Schein es la compañía líder en odontología a nivel mundial, y creemos que tenemos que crecer en Latinoamérica, como estamos haciendo ahora en Puerto Rico”.

Muller dijo que se trata de mercados importantes para la compañía, de la misma forma que lo son las facultades de odontología norteamericanas, en muchas de las cuales han instalado las tecnologías más avanzadas para que los odontólogos las dominen cuando se gradúan.

“En las escuelas de odontología no se enseñan ciencias empresariales y cuando muchos se gradúan no saben cuán caro es instalar un consultorio odontológico”, agrega Muller. “El otro aspecto importante (a nivel académico) es la odontología digital, que ayuda y simplifica muchas técnicas, igual que las cámaras fotográficas actuales evitan automáticamente la vibración de la mano”.

Muller dijo que por el momento se inclina por la aplicación de ciertos aspectos de la odontología digital en la clínica particular, como las impresiones digitales, en vez de todo el equipamiento y los conocimientos que involucran el CAD/CAM y el fresado de aditamentos más complejos.

Nuevos horizontes

La empresa no ha decidido aún dónde establecerse próximamente en América Latina.

En Puerto Rico, Schein inicialmente quiso comprar una empresa de distribución, lo cual no se concretó, y llevó al establecimiento de una subsidiaria aquí.

“Tenemos que asegurarnos de que las leyes de un país determinado permitan el modelo de empresa de Schein, que es una distribuidora que incluye todas las marcas del mercado”, declaró.

El mejor producto para las necesidades del odontólogo

El Gerente Regional de Henry Schein en Puerto Rico, Gilmartín Parés, explica las nuevas iniciativas de su empresa en el Caribe, consideradas como un primer paso para afianzarse tanto en esta región como en otros países de América Latina.

Parés abundó en las declaraciones del presidente de Mercados Especiales de Henry Schein, Hal Muller, quien explicó en una reunión durante la Cumbre Odontológica de las Américas que la empresa ha montado por primera vez un almacén en Puerto Rico para suplir al mercado local.

El Gerente Regional en Puerto Rico manifestó que el almacén se concentra en los productos de mayor venta «para aliviar el tiempo de tránsito y dar así una respuesta más eficiente» a las órdenes de los dentistas.

Parés explicó que la medida ha tenido buena repercusión para los dentistas, que «se benefician porque tienen productos que se les entregan más rápidamente». El directivo dijo que un 99% de sus envíos en la isla cumplen con sus horarios de entrega.

El gerente manifestó que se están mejorando también el área de reparación de equipos grandes y pequeños, al igual que su oferta de productos. Además, «la oficina de ventas va a ser relocalizada cerca de nuestro almacén para brindar mayor eficiencia».

«Henry Schein Puerto Rico sigue las mismas tendencias de Henry Schein en Estados Unidos, pero tenemos la ventaja de poder ofrecer también productos latinoamericanos», explicó. «Esto nos permite exportar productos en el área del Caribe y a nivel internacional en la región».

Servicio técnico en el Caribe

La forma de exportación con la que Henry Schein ha tenido más éxito en el Caribe son los servicios: «Nuestros clientes cuentan ahora con el apoyo de Henry Schein para obtener piezas de repuesto originales, técnicos certificados para



La presidenta del Colegio de Cirujanos Dentistas de Puerto Rico, Dra. Isabel del Valle, estrecha la mano de Hal Muller, presidente de la división de Mercados Especiales de Henry Schein, en San Juan de Puerto Rico.



Bill Ryan y Annette Martino, director y jefa de marketing de Mercados Especiales de Henry Schein.

“Lo que intentamos hacer es facilitar que los dentistas puedan ordenar todos los productos a una sola compañía, en vez de tener que hacer siete o más pedidos”, lo cual conlleva mucho tiempo que puede utilizarse de una manera más efectiva.

Muller puso como ejemplo el interés actual en el “flujo de la clínica”, una forma de mejorar la productividad que puede reflejarse en ver a dos pacientes más al día. El modelo de negocios de Schein,



El emblema de la empresa en el congreso de Puerto Rico.

dijo, persigue lo mismo.

Durante la reunión estuvieron también presentes los representantes de Henry Schein Bill Ryan y Annette Martino, el gerente de la empresa en Puerto Rico, Gilmartín Parés, al igual que los directivos de asociaciones odontológicas de Puerto Rico y América Latina. **DT**

Recursos

- Henry Schein: www.henryschein.com
- CCDPR: www.ccdpr.org



Gilmartín Parés, Gerente Regional de Henry Schein en Puerto Rico.

reparaciones y un servicio igual al que ofrecemos en Estados Unidos», explica.

Parés afirma que este nuevo nivel de servicio se debe al crecimiento de la oficina regional de Schein en Puerto Rico.

Una de las áreas en las que la empresa se ha concentrado en la isla es la radiografía digital, debido en parte a que la reforma de salud en Estados Unidos exige a los dentistas que modernicen sus equipamientos, para lo cual ha ofrecido ayudas económicas.

«La radiografía digital mejora la eficiencia y la productividad de la clínica, y permite ofrecer un mejor servicio al paciente, que es lo que todo el mundo quiere», opina Parés.



El stand de la compañía en la Cumbre Odontológica de las Américas.

«Preferimos que los odontólogos nos digan con qué productos han tenido una experiencia satisfactoria, porque los resultados hacen que se vuelvan sus marcas favoritas», agrega. «Nuestra función como distribuidor es ofrecer al odontólogo el mejor producto para sus necesidades».

Gilmartín Parés dijo estar orgulloso de lo que ha logrado la empresa en Puerto Rico en un corto período de tiempo, que tenía un gran stand en la Cumbre Odontológica de las Américas con áreas exclusivas para muchas de las marcas que distribuye.

Recursos

- Henry Schein: www.henryschein.com/internacional
- CCDPR: www.ccdpr.org

UNA NUEVA DIMENSIÓN EN LA ODONTOLOGÍA



EQUIA FIL

EQUIA Fil un sistema único que ofrece restauraciones estéticas en bloque con alta resistencia físico-mecánica para soportar la oclusión funcional y con INTERFASE CERO o NULA. Una nueva generación de ionómero de vidrio de alta viscosidad. Auto-adhesivo, no requiere de adhesivos o de grabado. Con NANO relleno y alta liberación de flúor. Excelente para reemplazo de amalgamas y compositos, restauraciones de Clase I, II V, en Pediatría o Geriatría. Con excelente manipulación al no ser pegajoso.

EQUIA COAT

Una resina fotocurable auto-adhesiva, con nano-relleno, que ayuda a proteger al Ionómero de desgastes e incrementa la estética y la dureza de la superficie restaurada.

CAVITY CONDITIONER

CAVITY CONDITIONER, es un ácido poliacrílico con hexahidrato de cloruro de aluminio que acondiciona la superficie del diente antes de usar materiales restaurativos de ionómero de vidrio, bases, liners, forros o para la reconstrucción de núcleos o muñones. Este producto NO debe de aplicarse en el uso de Gold Label 1 (cemento definitivo).

WWW.GCAMERICA.COM

PARA MAYOR INFORMACIÓN COMUNICARSE AL TELÉFONO: (708) 897-4003 USA

GC
GC AMERICA INC.

Gran éxito de FGM en CIOSP

La participación de FGM en el Congreso Internacional de Odontología de São Paulo (CIOSP) superó todas las expectativas, convirtiéndose en un hito en la historia de la compañía en eventos en el campo de la odontología.

En los cuatro días del congreso celebrado del 30 de enero al 2 de febrero miles de personas visitaron y compraron productos en los stands de FGM. La gran atracción fue el lanzamiento de los cementos Allcem Core y Allcem Veneer, y del Smart Sonic Device, que obtuvieron gran aprobación por parte de los profesionales.

Los tres productos fueron lanzados oficialmente en un evento paralelo a CIOSP, celebrado el 31 de enero en el Hotel Mercure de São Paulo. Unos 300 líderes de opinión acudieron al evento para escuchar las conferencias de renombrados expertos, que explicaron las ventajas que marcan la diferencia de los productos presentados.

Allcem Core es un cemento de resina dual que simplifica la rehabilitación de dientes cuando existe una gran pérdida estructural, cuya diferencia con otros productos radica en que es un material 3-en-1, lo cual permite realizar la cementación del pilar, la construcción del muñón y la cementación de la corona utilizando un solo producto.

Allcem Veneer es un cemento de resina fotopolimerizable que está indicado para la cementación de restauraciones indirectas sin infraestructura opaca que permitan el paso de luz a través, lo cual lo hace ideal para carillas y "lentes de contacto".

El Smart Sonic Device por su parte es un dispositivo inteligente que funciona mediante vibraciones sónicas, ideal para aplicar y asentar



materiales dentales con más comodidad y menor esfuerzo para el dentista.

Un importante factor para la excelente comercialización de los productos FGM, además de su reconocida calidad, es su relación costo-beneficio y la oferta de combos económicos con atractivos regalos para el dentista. "Fueron promociones reales con un valor verdadero para el profesional", comentó la directora gerente de FGM, Bianca Mittelstädt.

Más de 2,500 odontólogos actualizaron sus conocimientos participando en los 46 talleres gratuitos y cursos teóricos de FGM, impartidos por especialistas como los doctores Adriano Sapata, Alessandra Reis, Alessandro Loguercio, Américo Mendes, André Felipe Figueirôa, Carlos Francci,

Claudio Sato, Cristian Higashi, Fabio Sene, Guilherme Garone, Helio Dutra, José Carlos Garófalo, Leonardo Costa, Leonardo Muniz, Marcelo Rodrigues Alves, Paulo Quagliatto y Sanzio Marques.

Siguiendo su tradición de innovación continua, FGM participó en CIOSP con dos stands, lo que demuestra el aspecto moderno y audaz de la empresa. La compañía ofreció materiales de capacitación y difusión de sus nuevos productos dirigidos a académicos y profesionales y lanzó su revista FGM News durante el evento, la cual contiene más de 23 artículos de casos clínicos y en la que colaboran más de 40 dentistas. La publicación, que tiene una tirada de 60,000 ejemplares distribuidos en todo el territorio brasileño, causa siempre una gran expectativa en la profesión dental, ya que ofrece temas de actualidad y casos clínicos de alta relevancia. **DI**

Recursos

• FGM: www.fgm.ind.br

Angelus lanza su nueva línea de blanqueadores Clàriant

Angelus lanzó en la 32ª edición de CIOSP una línea de productos de blanqueamiento dental desarrollados a partir de una amplia investigación, destinados a facilitar el proceso de blanqueamiento y hacerlo más cómodo para profesionales y pacientes.

La línea incluye blanqueadores con una fórmula desensibilizante, placas para las bandejas, barreras de goma y gel desensibilizante, y Angelus espera ofrecer más productos para finales de 2014.

Las jeringas de diseño exclusivo son más anató-

micas, lo cual facilita el manejo y hace más preciso la dosificación durante el tratamiento.

La compañía ha desarrollado **Clàriant Home** (a base de peróxido de carbamida) para el blanqueamiento en el hogar bajo supervisión del odontólogo, producto que está disponible en concentraciones del 10%, 16% y 22%, como kit y como repuesto.

Los profesionales cuentan con **Clàriant Office** (peróxido de hidrógeno) al 35%, lo que proporciona un resultado inmediato en la clínica en una

sola aplicación. El producto no necesita luz ni protección de los dientes y viene con una jeringa con una conexión inteligente para una mejor la mezcla del producto y su eficacia.

La bandeja **Clàriant Tray** agrega una mayor comodidad al blanqueamiento en el hogar. Se trata de placas flexibles para conformar la bandeja que, además de proporcionar comodidad, pueden ser manejadas fácilmente por los profesionales, tienen una gran adaptación y son fieles a las copias.



Angelus recomienda el uso de **Clàriant Dam**, una barrera gingival fotopolimerizable, fácil de usar y quitar, como parte del tratamiento en el consultorio.

Además, para obtener una mayor eficacia en la desensibilización, la línea presenta **Clàriant D-Sense**, un gel que está indicado para tratar la sensibilidad dental causada por estímulos externos. **DI**

Recursos

• Angelus: www.angelus.ind.br

3D
Silicona por adición

LANZAMIENTO

Una nueva dimensión en materiales de impresión

- Impresiones más precisas;
- Disminuye la duración de la sesión clínica y la posibilidad de fallas.

Ref. 180 - Putty - 2 potes con 2 x 305 ml y 2 cucharas dosificadoras
Ref. 181 - Cartucho Light Body - 1 cartucho doble con 2 x 50 ml, 6 puntas mezcladoras
Ref. 184 - Cartucho Heavy Body - 1 cartucho doble con 2 x 50 ml, 6 puntas mezcladoras
Ref. 187 - Puntas Misturadoras - 12 unidades

MTA-FILLAPEX
Cemento obturador endodóntico a base de MTA

THE DENTAL ADVISOR
★★★★

APROXIMADAMENTE **15** APLICACIONES

APROXIMADAMENTE **200** APLICACIONES

Biológico como la pulpa

- Recuperación del tejido sin causar reacciones inflamatorias;
- Mejor visualización radiográfica.

Ref. 826 - MTA-Fillapex Tubos - 1 tubo de pasta base (12 g), 1 tubo de pasta catalizadora (18 g) e 1 bloco de mezcla
Ref. 828 MTA-Fillapex Tubos - 1 tubo de pasta base (7,2 g), 1 tubo de pasta catalizadora (4,8 g) e 1 bloco de mezcla
Ref. 827 - MTA-Fillapex Jeringa - 1 jeringa (4 g), 15 puntas automix e 1 bloco de mezcla
Ref. 158 - Puntas Automix - 10 unidades

GANAR PRODUCTOS ANGELUS

Lea más sobre el programa: www.asidesimple.com.br

ASÍ DE SIMPLE
Programa de Fidelidad Angelus



Atención al consumidor • +55 (43) 2101-3200 • www.angelus.ind.br

Tetric® N-Collection

Un completo sistema restaurativo nano-optimizado



NUEVO



Descubra nuestra última colección



Tetric® N-Collection

Tetric N-Ceram® | Tetric N-Ceram® Bulk Fill | Tetric N-Flow® | N-Etch | Tetric N-Bond® | Tetric N-Bond® Self-Etch

www.ivoclarvivadent.com

Ivoclar Vivadent AG

Benderstr. 2 | 9494 Schaan | Principality of Liechtenstein | Tel.: +423 / 235 35 35 | Fax: +423 / 235 33 60

Ivoclar Vivadent Marketing Ltd.

Calle 134 No. 7-B-83, Of. 520 | Bogotá | Colombia | Tel.: +57 1 627 33 995 | Fax: +57 1 633 16 63

Ivoclar Vivadent S.A. de C.V.

Av. Insurgentes Sur No. 863 | Piso 14, Col. Napoles | 03810 México, D.F. | México
Tel. +52 (55) 50 62 10 00 | Fax +52 (55) 50 62 10 29


ivoclar
vivadent®
passion vision innovation

iLase, un láser para odontólogos e higienistas

El iLase™ fue diseñado para ser accesible, para que todo odontólogo e higienista pueda trabajar con su propio láser, lo cual es una forma de elevar tanto el nivel de rendimiento personal como la producción de una clínica.

El iLase proporciona 5 watts de potencia en la función pico y hasta 3 watts como láser continuo. Todo sin cables, enchufes o pedales.

La larga duración de su batería es aún más impresionante. Ahora puede realizar procedimientos como el desbridamiento de tejido sucular con una sola

carga de la batería. Y en procedimientos más cortos, como el rediseño gingival para la colocación de coronas, una carga de la batería es suficiente para tratar a varios pacientes. Además, el iLase puede cargar hasta cuatro baterías simultáneamente, estando o no conectadas a la pieza de mano.

Equilibrio ergonómico

La tecnología única de Biolase llamada ComfortPulse™, la cual utiliza el iLase, permite al profesional suministrar energía láser en pulsos muy cortos. El resultado es que se reducen las molestias para el paciente, que además no suele necesitar de anestésicos.

La precisa ergonomía del iLase reduce la fatiga del odontólogo o higienista. La pieza de mano iLase, incluida la batería, pesa menos de 100 gramos. El centro de gravedad está situado en el punto donde el profesional sostiene la pieza de mano entre el pulgar y el índice, lo que le permite manipular el equipo durante todo el día con un esfuerzo mínimo del brazo, de la mano y la muñeca. DI

Recursos

- Biolase: www.biolasela.com



Ultradent demuestra en CIOSP su luz de fotocurado

La compañía Ultradent presentó una serie de novedades en el 32º Congreso Internacional de Odontología de São Paulo (CIOSP), celebrado del 30 de enero al 2 de febrero de 2014.

Fábio Fowler, director de marketing para América Latina, explicó que el congreso "es una gran oportunidad para interactuar con nuestros clientes y fortalecer nuestra relación con ellos. Además, nos da la oportunidad de demostrar nuestros nuevos productos y la fuerza de la marca Ultradent, líder mundial en varios de los mercados en los que compete, que se ha instalado en Brasil". La empresa ha montado una fábrica para producir y comercializar sus productos en este y otros países de la región.

La gran novedad fue la presentación oficial en CIOSP de la luz de fotocurado Valo. "Esta luz se lanzó a nivel mundial en 2009, pero no llegó al mercado brasileño hasta 2013. Incluso

antes del lanzamiento oficial, Valo ha tenido una aceptación extraordinaria", manifestó Fowler.

Preguntado sobre cuál es la diferencia de la Valo con otras lámparas de polimerización, Fowler explicó que "existen muchas lámparas de polimerización en el mercado, pero que pocas son capaces de fotocurar todos los materiales dentales", y sólo hay dos en Brasil.

"La investigación indica que aproximadamente un tercio de las restauraciones con resina se polimeriza inadecuadamente. Esto puede suceder por tres razones: el dispositivo no genera luz la longitud de onda adecuada, no tiene la suficiente energía o no permite el acceso a la restauración. Valo cumple con todas estas exigencias". DI

Recursos

- Ultradent: www.ultradent.com



Fábio Fowler demuestra la lámpara de fotocurado Valo.

www.dentalexpo.ec

El Evento más importante Odontológico del Ecuador

del 18 al 21 de Septiembre del **2014**

En el destino turístico N°1 de Latino América

Crosstex, su mejor garantía de seguridad

El aspecto más básico y primordial de una clínica dental es proteger de posibles infecciones al odontólogo, a su equipo y a sus pacientes. A eso precisamente se dedica la empresa Crosstex, a garantizar su seguridad.

Fundada hace 60 años, Crosstex es una compañía norteamericana especializada en la fabricación de productos desechables como mascarillas, bolsas para esterilizar o fundas para sillones y jeringas para proteger tanto al odontólogo como a sus pacientes.

Durante la reciente Cumbre de las Américas celebrada en San Juan de Puerto Rico, la representante de Crosstex para Latinoamérica, Marel de Jesús, explicó que se trata de productos desechables fabricados en Estados Unidos de muy alta calidad. «Nos gusta decir que no somos el producto más barato, pero sí el mejor», comenta De Jesús.

En Puerto Rico, la empresa Caribbean Dental Products es la que distribuye la línea completa de productos Crosstex desde hace más de 20 años.

El producto principal de la empresa son las mascarillas, las cuales han obtenido varios premios por la calidad de su fabricación en Estados Unidos, ya que todas las materias primas que utiliza se producen o fabrican en dicho país.

«No somos una empresa que compramos algodón en China y fabricamos en Estados Unidos: las materias primas y la fabricación de todos nuestros productos proviene o se hace en Estados Unidos», explica de Jesús.

Las mascarillas por ejemplo se fabrican en Nueva York mediante un proceso totalmente estéril y automatizado la mano humana nunca no toca el producto, lo que garantiza el mayor nivel posible de calidad y seguridad.

Crosstex está asociada en Estados Unidos con la prestigiosa Organización para la Seguridad, la Asepsia y la Prevención (OSAP), que promueve la regulación de normas de seguridad clínicas y ambientales, al igual que con diversas universidades, que utilizan sus productos y realizan estudios sobre su seguridad.

En San Juan, Crosstex colabora regularmente con la Universidad de Puerto Rico (UPR), que utiliza sus productos debido a su probada seguridad clínica.

«La Universidad de Puerto Rico usa nuestros baberos, ángulos de profilácticos, succionadores, al igual que la UNAM en México o la Universidad de Costa Rica (ULACTI)», continúa Marel de Jesús. Crosstex promueve así productos cuyo fin es el control de infecciones en la práctica odontológica.

La representante de la empresa manifestó que es necesario instituir prácticas higiénicas seguras, confiables y probadas en América Latina para evitar contagios y epidemias, ya que este tipo de situaciones compromete la reputación de toda la clase odontológica.

El año pasado, la transmisión de hepatitis en una clínica dental de Estados Unidos provocó una investigación del Departamento de Salud, el odontólogo involucrado entregó su licencia para ejercer y la Asociación Dental Americana (ADA) emitió un comunicado para asegurar al público de la seguridad de los procedimientos en el ámbito odontológico.

Los desechables más populares de la empresa son sus mascarillas quirúrgicas tratadas con el agente antibacteriano BIOSAFE®, que es resistente a todos los virus de la gripe A, como el H3N2 y el

H5N1, los diques dentales de sabores, los ángulos profilácticos Twist®, el barniz de fluoruro de sodio Sparkle V con xylitol, el papel articular con forma de herradura, las bolsas autosellables SureCheck® o las fundas para bandejas y equipos.

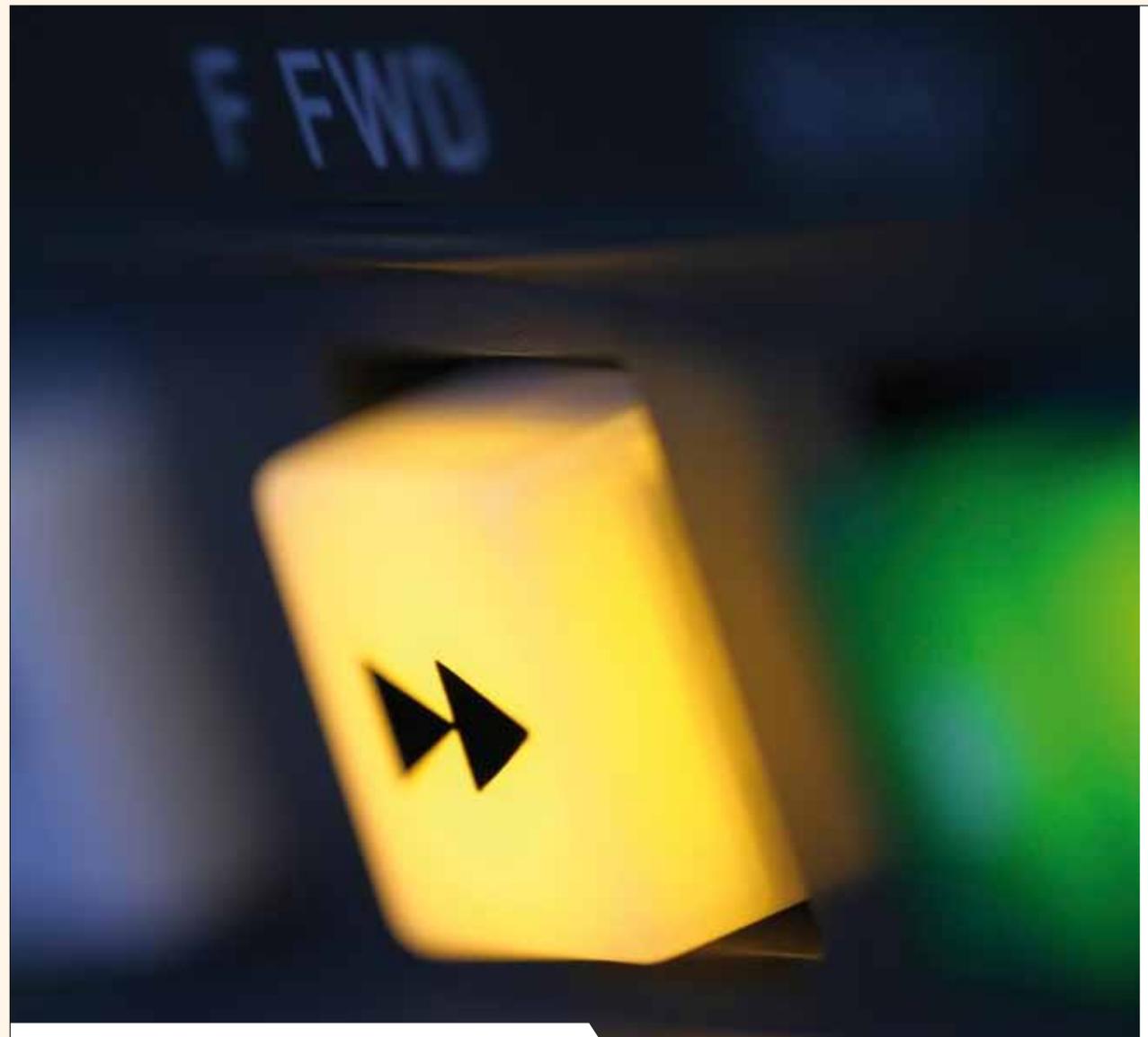
Los productos de Crosstex le ofrecen al odontólogo la seguridad que necesita para ejercer, ya que todos sus consumibles son de la mayor calidad y cumplen con los más altos estándares de la industria, tanto a nivel médico como odontológico: tienen una eficacia probada del 99,99% que evita las infecciones de 28 bacterias y 5 virus. Eso es algo que no tiene precio. **DI**

Recursos

- Crosstex: www.crosstex.com



El equipo de Caribbean Dental Products, distribuidor de Crosstex en Puerto Rico, durante la Cumbre de las Américas.



COMPOSITE DE FIJACIÓN AUTOADHESIVO Y DE CURADO DUAL

Bifix SE

Sistema de fijación autoadhesivo a base de composite de curado dual

- Aplicación rápida y segura
- No se requiere grabado ni bonding
- Olor neutro
- Un grosor de película de 5-10 µm garantiza un ajuste perfecto
- Alta adhesión a metal, cerámica, zirconio y composite. Óptimo para la fijación de postes
- Con cánulas endodónticas para una aplicación precisa incluso en el canal radicular

