



¿Por qué a nuestros pacientes les da vergüenza visitarnos?

PÁGINA 6

GESTIÓN EN ODONTOLOGÍA

De los ingresos a las finanzas personales

PÁGINA 12



ACTUALIDAD

ISP prohíbe uso de Gel para Dentición de Bebés

PÁGINA 2

#DENTALMKT

Herramientas de Marketing Digital para Clínicas Dentales



PÁGINA 8

facebook.com/webdentalchile

www.webdental.cl



El más avanzado centro radiológico

- ✓ La mejor definición y resolución de Imágenes (Full HD)
- ✓ Únicos en Chile con entrega de resultados en línea
- ✓ Los mejores precios del Mercado



www.imadent.cl

Av. Nueva Providencia 2250 of. 1303 - Metro Los leones

2231 6080

contacto@imadent.cl

Sebastián Jiménez P.
Director Ejecutivo

Sofía Pollmann F.
Gerente de Negocios

Web:
www.webdental.cl
E-mail:
info@webdental.cl

WEBDENTAL.CL
Diagramación y Diseño Gráfico

Venta de Publicidad
ventas@webdental.cl

Suscripciones
suscripciones@webdental.cl

Redes Sociales:
facebook.com/webdentalchile
twitter.com/webdental_cl
youtube.com/WebDentalChile

Dirección:
Bellavista 0373, Providencia
(Santiago de Chile)
Fono: + (562) 2. 72 57 883
+ (562) 2. 88 63 154
Cel.: + (569) 7. 66 44 617

Boletín Informativo:
Es una publicación de
WEB DENTAL LTDA
76.282.796-4

Tiraje: 3.000 ejemplares
Prohibida su Venta



ACTUALIDAD

ISP prohíbe uso de Gel para Dentición de Bebés

Este martes 29 de julio, el Instituto de Salud Pública (ISP), informó por medio de la resolución 2494, la exigencia de la modificación del registro sanitario a los titulares de productos farmacéuticos con compuestos como **Lidocaína, Benzocaína y Prilocaína** en forma tópica.

Con esto, el ISP pone en especial alerta sobre el uso de la Benzocaína (compuesto de los populares geles para aliviar los dolores de encías en menores).

Por su parte, la Prilocaína no aparece en ningún fármaco a la venta en Chile.

Según pudo comprobar el ISP "los productos no están indicados en el alivio de las molestias de la dentición y pueden causar daños graves en niños pequeños, incluso la muerte".

La decisión del ISP se cuadra con la resolución de la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA), respecto al uso de lidocaína, debido al cual se registraron muertes en menores.

"La solución de lidocaína viscosa oral no cuenta con aprobación para el tratamiento del dolor por dentición, y su uso en bebés y niños pequeños puede causar graves consecuencias, incluyendo la muerte".

Así de claro es el anuncio de seguridad que el 26 de junio pasado emitió la Food and Drug Administration (FDA, por su sigla en inglés) de Estados Unidos, respecto a este medicamento que se utiliza de forma extendida para disminuir las molestias que

causan la salida de los dientes en los niños, o el fuerte dolor que provocan las lesiones que aparecen en la boca producto de enfermedades virales como la estomatitis. Durante 2014, la FDA analizó 22 informes de casos de reacciones adversas graves,



"La solución de lidocaína viscosa oral no cuenta con aprobación para el tratamiento del dolor por dentición, y su uso en bebés y niños pequeños puede causar graves consecuencias, incluyendo la muerte".

incluyendo la muerte, en bebés y niños pequeños de 5 meses a 3 años y medio, a quienes se le suministró la solución oral al 2% para el tratamiento de dolor en la boca, incluyendo dentición y estomatitis, o que tuvieron ingestiones accidentales. Ante esta situación, el Instituto de Salud Pública (ISP), ha sido enfático en señalar que **"los efectos más graves de intoxicación por Lidocaína, Benzocaína o Prilocaína se presentan en el SNC y el sistema cardiovascular, y la sobredosis puede resultar en hipotensión severa, asistolia, bradicardia, apnea, convulsiones, coma, paro cardíaco, paro respiratorio y muerte.** Por lo mismo, la recomendación del ISP es a NO usar este tipo de productos

en niños menores de tres años para aliviar el dolor de las encías".

El ISP señala que en nuestro país existen 13 productos con estos compuestos, los cuales deberán ser modificados dentro de tres meses, corrigiendo la indicación terapéutica de alivio a las molestias de la dentición, el nombre indicativo de finalidad de uso en bebés o menores de tres años, solicitando una nueva denominación, y el cambio de la información en folleto paciente y profesional. **WD**

COMUNICADO DE LA FDA SOBRE LA SEGURIDAD DE LOS MEDICAMENTOS

Descargar Archivo desde: <http://wp.me/phy05-6wg>



Suscríbete Recibe mensualmente la edición impresa de nuestro Periódico de Odontología e importantes Beneficios ...

webdental.cl
Boletín Informativo

Estamos en **Santiago, Viña del Mar, La Serena, Concepción y Valdivia**

y próximamente en **TU CLÍNICA DENTAL...**

Esríbenos a **suscripciones@webdental.cl**

Llámanos al **+(569) 7 6644 617**

Descarga Gratis Todas las Ediciones de Nuestro Periódico en su Versión Digital...

Más Información en: **<http://webdental.cl>**



X CONGRESO NACIONAL E INTERNACIONAL DE ODONTOPEDIATRIA



13, 14 Y 15 DE NOVIEMBRE DE 2014
CENTRO DE EVENTOS SURACTIVO - CONCEPCION

Organiza: **SOCIEDAD CHILENA DE ODONTOPEDIATRIA Y SU FILIAL BIO-BIO.**



CONFERENCISTAS INTERNACIONALES:

PROF. DR. NORMAN TINANOFF, UNIVERSIDAD DE MARYLAND, USA.
PROF. DRA. JOANNA DOUGLASS, UNIVERSIDAD DE CONNECTICUT, USA.
PROF. DR. JORGE CASTILLO, PERÚ.
PROF. DR. MARCELO BONECKER, BRASIL.

PROGRAMA

- CURSOS
- MINI CURSOS
- SIMPOSIUM
- PRESENTACION TRABAJOS MODALIDAD POSTER

Valores:

INSCRIPCIÓN
ANTES 30 SEPTIEMBRE

INSCRIPCIÓN
POSTERIOR 30 SEPTIEMBRE

Socios SCHOP/ ALOP	\$ 80.000	\$ 90.000
No Socios	\$ 120.000	\$ 130.000
Colegiados	\$ 100.000	\$ 110.000
Socios Alumnos	\$ 60.000	\$ 70.000

NO HABRÁ INSCRIPCION EL DÍA DEL CONGRESO

Inscripciones: schop@odontopediatria.cl

Fono: 2 22 35 139

www.odontopediatria.cl



Los Paradigmas y la Odontología

POR
DR. ANDRÉS CORDERO G.

Cirujano Dentista, Universidad de Valparaíso
Director Ejecutivo de Ejercer
MBA Escuela de Negocios de la
Universidad Adolfo Ibáñez (UAI)
Docente Universitario en temas de Gestión
y Administración en Salud
contacto@ejercer.cl

¿Qué será más relevante para el éxito de una organización...Ser un experto administrador o tener una gran idea que administrar?

Es muy probable que muchos piensen que un buen administrador es fundamental. Pues bien, así es!

Sin un buen administrador es muy probable que tengamos problemas de planificación de nuestras estrategias, de organización de los limitados recursos que disponemos, de dirección que nos permita llevar una ejecución exitosa y de medios de control que nos permitan evaluar los avances y determinar todos aquellos puntos débiles en los que debemos hacer ajustes para lograr los objetivos definidos.

Tan importante es que día a día vemos a cientos de organizaciones con muchos cargos que buscan administrar su operación de manera eficiente y rentable.

Pero, si eso fuera así de claro, **¿cómo es posible que empresas con excelentes administradores no logran despegar, no alcanzan sus metas de venta o crecimiento, y pasan por períodos de profundos problemas económicos e incluso con el cierto riesgo de quebrar?**

Veamos los casos de Falabella y Johnson's por ejemplo. Ambas empresas tienen una estructura organizativa relevante. Gerencias, jefes de áreas o departamentos, personal de venta o personal en contacto, grandes tiendas, etc. Ambas han definido el segmento al que se enfocan. Ambas realizan importantes campañas publicitarias. Ambas tienen



una imagen corporativa clara.

Entonces, ¿qué hace diferente Falabella de Johnson's? ¿Qué ha hecho que Falabella sea el retail en formato grandes tiendas más relevante de latino américa y que Johnson's haya tenido que buscar socios estratégicos que le inyectara dinero para salvar su operación y no desaparecer? ¿Será que Johnson's sólo necesita dinero o será algo más?

La verdad es que lo que los diferencia es sencillamente que Falabella se ha conectado con el entorno. Ha comprendido lo que sus clientes realmente buscan. Se ha preocupado de conocer a su segmento y, gracias a ello, de buscar servicios y productos que respondan a los beneficios que busca su clientela. A entregar los atributos que ellos valoran. Han aprendido a pensar, mirar y comprender el mundo desde los ojos de sus clientes y no desde lo que ellos piensan. Han logrado romper paradigmas mirando con ojos de clientes. Falabella definió objetivos claros y su equipo de trabajo se alineó con ellos. Falabella desarrolló una cultura de servicio focalizada en la experiencia de sus clientes.

Lo que Falabella realmente logró es tener un concepto, una idea, un modelo, una gran idea que administrar.

Situaciones como éstas están presentes

día a día en la práctica de la odontología. Como profesionales ejerciendo en forma privada o como parte de una organización, debemos hacer frente a múltiples responsabilidades de orden administrativo aún cuando no hemos recibido una formación en ello.

El gran problema, sin embargo, no está en nuestras falencias administrativas. **El gran problema está en no tener una idea o concepto claro que nos haga espaciales. El gran problema es que no nos hemos atrevido a desafiar los paradigmas que estructuran y limitan nuestro ejercicio.**

Esto se evidencia en que seguimos dejando a los odontólogos en el centro de la discusión cuando deberíamos esforzarnos en observar y comprender lo que los clientes realmente esperan, desean y valoran de nuestro servicio.

¿Por qué por el simple hecho de instalarnos en una oficina en algún edificio deberíamos tener pacientes? ¿Qué tenemos de especial que ofrecer a los pacientes que ya no haga la competencia? ¿Por qué debería un clientes favorecer nuestra clínica por sobre otra? ¿Bastará con la ubicación de nuestra clínica, o será el equipamiento lo relevante? ¿O es que lo central sean nuestros múltiples estudios de postgrado y tener

los diplomas tapizando las paredes? Objetivamente, ¿para quién construyó su clínica? ¿Para cumplir sus sueños o para servir a sus clientes con excelencia?

Más y más odontólogos buscan cada día espacios para instalarse esperando dar identidad a su proyecto con aspectos que en realidad no lo diferencian a los ojos de los potenciales clientes. El resultado, falta de pacientes, frustración y el inicio de una competencia por precios sin fin.

Si ponemos a los pacientes al centro de nuestro quehacer podremos descubrir una nueva dimensión llena de oportunidades para ser especiales a sus ojos.

Podremos comprender lo que nuestro segmento desea. Nos daremos cuenta que la atención odontológica no se reduce al momento en que el paciente está sentado en el sillón con la boca abierta, sino a todos aquellos momentos en que se relaciona con nuestra clínica.

Podremos descubrir que lo que realmente busca un paciente en nosotros va más allá de los títulos. Que no va a comprar coronas, puentes ni implantes, sino a buscar apoyo para comer, sonreír y hablar con libertad.

Cuando lo aprendamos a mirar con sus ojos, tendremos grandes ideas que administrar. WD



DR. ANDRÉS CORDERO G. es Conferencista Confirmado para nuestro **III Seminario de Marketing Odontológico, GESTIÓN & LIDERAZGO** 25 de octubre, Santiago
Más Información en:
webdental.cl/dentalmkt

Células Madre Mesenquimales de Pulpa Dental CURSO TEÓRICO - PRÁCTICO

El curso tiene por objetivo formar al Odontólogo en aspectos biológicos, clínicos y de laboratorio de las Células Madre Mesenquimales presentes en la Pulpa Dental y su importancia en el futuro de la Medicina Regenerativa para la orientación de sus pacientes. Recibiendo al final del curso la certificación necesaria para formar parte de la red exclusiva a nivel nacional para las unidades de toma de muestra.

El curso tendrá modalidad presencial con 20 horas pedagógicas teórico-prácticas. En el taller de laboratorio de la Facultad de Odontología de la Universidad Andrés Bello se realizará el procesamiento y aislamiento de las Células Madre Mesenquimales de piezas dentarias extraídas.

Más información: www.bioeden.cl/curso - info@bioeden.cl
Fono: 02 - 2705 1090

f /bioedenchile

@bioedenchile

BioEden Chile



Comprometidos con la Calidad



Somos un nuevo centro especializado en Radiología Digital Odontológica y Maxilofacial 3D, integrado por un equipo profesional de la más alta calificación en la obtención y diagnóstico de exámenes imagenológicos.



Contamos con equipamiento tecnológico de vanguardia permitiendo obtener exámenes de alta calidad en el diagnóstico 2D y 3D, con elevados estándares de bioseguridad para nuestros pacientes y operadores.



En Graymax realizamos Tomografías Computadas (TC Cone Beam o 3D), Panorámicas, Teleradiografías, Análisis Cefalométrico y Radiografías Intraorales (Convencionales y Digitales), entre otros exámenes...



Estamos ubicados a pasos del Metro Salvador, con la comodidad de estacionamiento gratuito para nuestros pacientes.



GRAYMAX

Radiología Dental y Maxilofacial



CruzBlanca

Nuevo Convenio!

Dr. Gabriel Andrés García González
Cirujano Dentista / Universidad de Chile
Especialista en Radiología Dento Maxilo Facial
Director Clínico Centro Radiológico Graymax
R.C.D.N° 11.107

www.graymax.cl



¿Por qué a nuestros pacientes les da vergüenza visitarnos?

La vergüenza es un sentimiento de no aceptación de la propia realidad, para muchos de humillación y de deshonra. Para un paciente el exponerse a un extraño (el dentista) ante quien se presenta vulnerable y desnudo en su realidad y aún más, en el que además debe depositar su confianza en la certeza que este procederá correcta y éticamente, procurando que le entregue solución a su situación (que según el mismo paciente puede ser considerada como una situación normal y humana o un verdadero drama caótico y destructivo de su persona y sin solución). El sentido de ridículo sin dudas puede variar ampliamente de una persona a otra. Las razones que los pacientes señalan por las que sienten vergüenza -en la mayoría de los casos- se deben a que han llegado a situaciones extremas o de urgencia que es la que apremia como por ejemplo ante la pérdida repentina de una pieza dental que tiene importancia estética... Ahí la vergüenza se presenta y es tan grande como el enfrentarse a quien debe solucionar el impasse.

Pero en el contexto de la vergüenza que el paciente presenta los dentistas tenemos mucho que decir y mucho de participación. Cuando el paciente viene a la atención con gran vergüenza producto de su estado en que es evidente que no fue tratado a tiempo, que no se trató por falta de acceso, o por desconocimiento de lo que sucedería, por razones económicas, por poca valoración de sí mismo, por miedo, o por muchas otras razones todas válidas. **Generalmente la vergüenza trae consigo y en común, la humillación, el sometimiento y pérdida de confianza en sí mismo.**

Ante los escenarios en que los pacientes buscan apoyo -dejando de lado lo avergonzados que puedan estar- lo que menos esperan es sentirse acogidos, que el profesional pueda darle solución, evitando en lo posible que el dentista lo rete, sancione, le llame la atención, le haga sentir mal por la condición

actual y por su realidad no resuelta (y en el peor de los casos, que lo denoste). Incluso tenemos pacientes que nos han señalado que mientras estaban peor, **"el dentista me hizo bullying"**.

Nuestro papel como profesionales ante la vergüenza que siente el otro, debe ser de comprensión, de aceptación, de apoyo no de sanción y tampoco de juzgamiento a lo acontecido. Comprensión para que no sólo se resuelva el o los problemas dentales.



Nuestro papel dependerá de que seamos capaces de reintegrar a la sociedad a una persona que estaba acongojada a que recupere uno de los valores más importantes la valoración y la aceptación de sí mismo.

Muchas veces está en nuestra propia identidad el mostrar seguridad de lo que hacemos y de lo que pensamos es correcto profesionalmente, porque de lo contrario nuestros pacientes no nos tomarían en cuenta o en serio. De ahí que la seguridad en nosotros mismos en algunos casos termina transformando en imposición y avasallamiento del otro. **En muchos casos, los dentistas no hemos entendido bien nuestro papel y lo traducimos en retar a un paciente para remecerlo y hacerlo cambiar o**



motivarlo a que logre cuidar mejor su salud bucal. Ello va en el mismo camino de avergonzar, y por tanto no lograrán el efecto deseado. Varias veces los

pacientes señalan vengo a buscar solución y no a que me destruyan como persona.

En el desarrollo de nuestro trabajo, así como nos esforzamos en lograr la máxima estética alcanzable, debemos esforzarnos de igual manera en alcanzar en lograr devolver la máxima dignidad, respeto y amor propio a quien la ha perdido, haciendo que la persona supere la vergüenza inicial y pueda sentirse que vino a buscar no sólo una solución dental, sino una solución como persona... como ser humano.

En conclusión, tan importante como hacer que nuestra operatoria dental sea bien realizada como por ejemplo una resina (ojalá perfecta) o un tratamiento periodontal eficaz o una rehabilitación adecuada, es el trato digno respetuoso

de la dignidad del otro, de su condición de ser humano aproblemado que nos ha otorgado la oportunidad de ayudar a que su vida vuelva a ser en lo posible como el sueña o quisiera que sea o que cambie para bien. Si como personas llevamos a lo profesional la filosofía de vida de no hacer a los demás lo que no nos gustaría que nos hagan a nosotros mismos, entonces debemos proceder en el mismo sentido. Así no solo realizaremos una odontología de excelencia profesional sino que de excelencia humana.

A ese tipo de profesional especial les invitamos a construirse.

Efraín Rojas Oxa
Presidente

Asociación Latinoamericana de
Odontología para Pacientes Especiales
Chile ALOPE
www.alopechile.cl



¿QUIERES REGALAR SONRISAS?

- * Hazte Voluntario
- * Hazte Socio: apóyanos con un aporte mensual
- * Corre la voz: difunde con tus colegas
- * Dona insumos y materiales

Contáctanos en: www.fundacionsonrisas.cl • facebook.com/sonrisaschile • [twitter: sonrisas_chile](https://twitter.com/sonrisas_chile)





10 RAZONES PARA REEMPLAZAR SU ILUMINACIÓN ACTUAL POR LUCES LED

- Temperatura de color ideal
- No emiten radiación UV ni infraroja
- No se calientan como otras luces
- Son ecológicas
- No contienen elementos tóxicos
- Reducción de emisiones de CO2
- Resisten golpes y vibraciones
- Duran hasta 100 veces más
- Mayor eficiencia energética
- Ahorro de hasta un 90%

ILUMINACIÓN LED: IDEAL PARA DENTISTAS



RETORNO DE LA INVERSIÓN



COMPROMISO MEDIO AMBIENTAL



ILUMINACIÓN IDEAL PARA TRABAJAR



TRANQUILIDAD PARA EL PACIENTE



OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

Showroom:
Manzano 483, Recoleta
B2B: +56 (2) 2735 0538
B2C: +56 (2) 2735 0968
info@dos20.net

DOS20
www.dos20.net

#DENTALMKT

Herramientas de Marketing Digital para Clínicas Dentales

POR
SEBASTIÁN JIMÉNEZ P.

Director Ejecutivo en webdental.cl
Periodista Digital, Universidad de Chile
Especialista en Gestión de Medios en Internet
y Marketing Digital

Ya nadie puede discutir que la tecnología ha revolucionado nuestras vidas, las de nuestras familias y las de nuestros clientes. A través de diversos Recursos Online, herramientas y Aplicaciones (Apps), cada vez se ha ido facilitando la búsqueda de información, la gestión diaria y la comunicación directa en cualquier tipo de negocio.

No contemplar estrategias de Marketing Digital (o de Marketing Dental a través de Internet), puede ser un error... y de los grandes.

Empresarialmente hablando, sabemos que la Odontología se encuentra en el negocio de los servicios, los cuales deben ser presentados a través de la Internet utilizando Herramientas de Marketing Digital, las que definitivamente, ayudarán al Dentista y su Clínica Dental a "tener presencia en Internet", "fidelizar a los pacientes antiguos" y "captar potenciales nuevos clientes".

A continuación presentamos algunas herramientas y consejos que pueden mejorar la rentabilidad de la clínica dental.

SITIO WEB DE LA CLÍNICA

Como empresa del mundo de los Servicios, una Clínica Dental para su funcionamiento, requiere principalmente de pacientes. Por supuesto, y como cita Dr. Vicente Godoy "la experiencia que ellos tengan en cuanto a lo humano, pero también en los elementos perceptibles (visión, olfato, tacto, gusto y oído), van a determinar que sigan su tratamiento o busquen en otro lugar".

OK. Estamos de acuerdo que tratamos de

mantener un lugar físico bien cuidado, pues **la primera impresión toma cada vez más importancia en la era en que vivimos.**

Pero ¿Qué pasa con el Sitio Web?

La gran mayoría de las personas utiliza los Buscadores Web para satisfacer una necesidad, en este caso para buscar datos de contacto del especialista y agendar una hora. Recordemos que en Chile no existe una "Cultura de Prevención Dental", por lo que debemos considerar que nosotros (los pacientes) llamamos cuando tenemos una emergencia, un dolor extremo, o porque se nos "quebró un diente".

Entonces, el primer vistazo a nuestra Web puede decidir si una persona finalmente agendará hora o no. Es por eso que insistimos en la importancia de crear un diseño atractivo, siempre actualizado y funcional (que se pueda revisar desde la pantalla de cualquier dispositivo: computadoras -PC o MAC-, notebooks, Tablets o Smartphones)

¿Qué elementos debe mostrar el Sitio Web de una clínica dental?

Inicialmente debe presentar la clínica dental con fotos y/o videos (ojalá con fotos reales de pacientes), así como su equipo humano (profesionales y personal asistente), debe detallar los tratamientos o servicios que

se ofrecen y Facilitar, ojalá a "primera vista", los datos de contacto (teléfono y correo electrónico), además de la dirección, el "mapa digital", y acceso a las redes sociales. La Página Principal (o Inicio), debiese destacar una imagen que represente a la clínica, así como el teléfono y un formulario de agendamiento de horas. El objetivo es que el paciente internauta encuentre fácilmente lo que la clínica necesita: "que el paciente agende una cita".

Por supuesto, debe ofrecer Consejos o "Tips" que resuelvan de forma breve y explicativa algunas dudas o Preguntas Frecuentes que pudieran ser de interés general. Se recomienda utilizar videos explicativos (que se pueden copiar desde youtube, vimeo y otros).

En la propia Web de la Clínica, pueden proponerse concursos o sorteos, publicar beneficios y ofertas.

BLOG DE LA CLÍNICA

Para mostrar que nos encontramos actualizados, que asistimos habitualmente a cursos, seminarios y eventos de capacitación, que hacemos Odontología Solidaria o que presentamos aportes científicos (en el fondo "que también hacemos Noticia"), debemos

generar contenidos originales, que al final, nos ayudarán para posicionarnos en internet. Como recomendación: textos cortos acompañados de imágenes y/o videos. Los objetivos son 2: a) Recibir comentarios y viralización a partir de las Redes Sociales (con lo que ganaremos presencia online) y b) generar confianza o "fidelización".

POSICIONAMIENTO WEB (SEO Y SEM)

Posicionar el Sitio Web de una Clínica puede hacerse de 2 maneras: a) mediante la Optimización Natural en Buscadores o "SEO" (Search Engine Optimization), la cual se logra mediante la generación de contenidos, que deben incluir palabras clave ("KeyWords") y términos buscados por nuestros potenciales pacientes o b) mediante la contratación de Marketing en Buscadores o "SEM" (Search Engine Marketing), que consiste en el pago de anuncios para que nuestra clínica dental se posicione de forma privilegiada e inmediata en los buscadores (enlaces patrocinados). Google Adwords es la herramienta más popular y efectiva de SEM, aunque los "Anuncios en facebook" cada vez ganan más terreno (por la cantidad de usuarios activos diariamente).

Ambas técnicas (SEO y SEM) son fundamentales para dar a conocer nuestra clínica dental en internet y tienen un valor relativamente económico. **WD**

SEBASTIÁN JIMÉNEZ P. es Conferencista Confirmado para nuestro **III Seminario de Marketing Odontológico, GESTIÓN & LIDERAZGO**

25 de octubre, Santiago

Más Información en:

webdental.cl/dentalmkt

17 Y 18 DE OCTUBRE 2014
CONCEPCIÓN

Seminario

"ESTÉTICA OROFACIAL Y SUS APLICACIONES EN ODONTOESTOMATOLOGÍA"

3ra JORNADA SCOUSS

AUSPICIA: ODONTOIMPORT



CERTIFICA: ACADEMIA CHILENA DE ESTÉTICA OROFACIAL • ORGANIZAN: WEBDENTAL ODONTOLOGÍA Y SOCIEDAD CIENTÍFICA ODONTOLÓGICA USS CONCEPCIÓN • COLABORA: ANACEO • LUGAR: UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN



CONFERENCISTA:
Prof. Dr. Andrés Gaete Navarro

- Cirujano Dentista, U. de Valparaíso.
- Presidente Academia Chilena de Estética Orofacial (ACHEOF).
- Coordinador Académico de Diplomado Rejuvenecimiento Facial y Estética Odontológica (ACHEOF).
- Magister en Gestión de Organizaciones, U. de Valparaíso.
- Máster en Implantología, Rehabilitación Oral y Estética Orofacial, ESI Barcelona.

DIRIGIDO A:

CIRUJANO DENTISTAS
MÉDICOS CIRUJANOS
PROFESIONALES DEL ÁREA DE LA SALUD
ESTUDIANTES DE ODONTOLOGÍA

LUGAR:

UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN
CAMPUS TRES PASCUALAS, AUDITORIO MARTA MONTORY
CONCEPCIÓN

"Además, durante la 3ra Jornada SCOUSS, se realizarán Presentaciones de Póster Científico, en los cuales puedes enviar tu resumen en las categorías de: Trabajo de Investigación, Proyecto de Investigación, Caso Clínico y Revisión Bibliográfica".

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

+(569) 54099919
jornada@webdental.cl
webdental.cl/acheofscouss.cl

#DENTALMKT

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE ALTO IMPACTO

III SEMINARIO MARKETING ODONTOLÓGICO

GESTIÓN & LIDERAZGO

25 DE OCTUBRE

PEDRO DE VALDIVIA 641, PROVIDENCIA (ESQ. CARLOS ANTÚNEZ)



RESERVA TU CUPO: webdental.cl/dentalmkt

EXPOSITORES

DR. VICENTE GODOY C.

- Cirujano Dentista, Universidad de Concepción
- Magíster en Administración de Empresas Mención en Administración Estratégica, Universidad Católica de Salta, Argentina
- Docente Universitario en temas de Gestión y Administración en Salud



DRA. M^a EUGENIA PARODI D.

- Cirujano Dentista, Universidad de Valparaíso
- Especialista en Ortodoncia y Ortopedia Dentomaxilofacial de la Universidad de Chile
- Diplomada en Administración de Negocios de la Pontificia Universidad Católica de Chile
- Coach Ontológica certificada de Newfield Network



DR. ANDRÉS CORDERO G.

- Cirujano Dentista, Universidad de Valparaíso
- Director Ejecutivo de Ejercer
- MBA Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI)
- Docente Universitario en temas de Gestión y Administración en Salud



SEBASTIÁN JIMÉNEZ P

- Director Ejecutivo en webdental.cl
- Periodista Digital, Universidad de Chile
- Especialista en Gestión de Medios en Internet y Marketing Digital



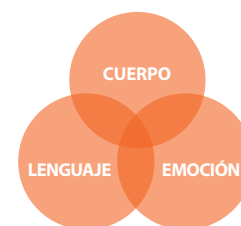
MÁS INFORMACIÓN EN: +(569) 7 6644617 / + (569) 7 8524904 / cursos@webdental.cl

Organiza:



COACHING APLICADO A LA ODONTOLOGÍA

“Formación de Equipos de alto desempeño en odontología, una apuesta segura”



DRA. MARÍA EUGENIA PARODI D.

Cirujano Dentista, Universidad de Valparaíso
Especialista en Ortodoncia y Ortopedia Dentomaxilofacial
de la Universidad de Chile
Diplomada en Administración de Negocios de la Pontificia
Universidad Católica de Chile
Coach Ontológica certificada de Newfield Network

Hoy por hoy, el quehacer de la mayoría de las empresas y especialmente las empresas de servicios, han estado muy centrado en los objetivos de productividad, rentabilidad, eficacia y eficiencia, y muchas de ellas muy exitosas. Por otro lado, El costo ha sido también alto, se ha visto un aumento significativo en las enfermedades de la salud principalmente psicológicas y motivacionales, donde incluimos a todos sin importar el rol que desempeñan dentro de la empresa (las que se traducen en licencias médicas, permisos especiales, desmotivación y rotación de personal), que conllevan a una menor productividad y un ambiente organizacional con tensión. Sin entrar en generalizaciones, porque siempre existen empresas que se destacan por su alta calidad en las condiciones laborales que ofrecen a sus trabajadores, la mayoría requiere una mejora en el clima organizacional y que no significan necesariamente aumento de sueldos o hacer grandes inversiones en implementaciones, sino que abrirse a un aprendizaje distinto, conocido comúnmente como “desarrollo de habilidades blandas”, que se enfoca principalmente a las formas de comunicación efectiva empresarial, escucha activa, relaciones humanas y manejo de condiciones de liderazgo. Esto permite formar equipos que pueden mejorar enormemente sus relaciones interpersonales no sólo al

interior de la empresa sino con sus redes sociales fuera de ella.

Las condiciones de salud también se ven favorecidas al desempeñarse en un ambiente de seguridad y apertura, y todo esto significa por consecuencia tener trabajadores más felices, desarrollando su trabajo en forma más eficiente y entregando un servicio de calidad, donde todos se ven favorecidos: empleadores, trabajadores y clientes o usuarios.

Tener trabajadores felices, que puedan encontrar sentido a su propio trabajo es uno de los objetivos y tal vez el más importante al que debiera aspirar la empresa: conseguir la felicidad al interior de su organización.

Es aquí donde el **COACHING** toma un rol preponderante. El coaching es un tipo de aprendizaje que logra cambios a nivel personal y organizacional. El coaching es desarrollado por un coach certificado, que cuenta con las competencias y herramientas para entregar este tipo de capacitaciones. La metodología de trabajo se basa en un acompañamiento al “coachee (tutor)” a través de conversaciones. Es una herramienta para el apoyo a la efectividad personal y organizacional y no se basa en aprendizajes cognitivos, sino en un aprendizaje experiencial.

No basta con declarar que quiero cambiar, hay que generar cambios profundos en el plano emocional y corporal para que la acción sea efectiva y eso te lleva al aprendizaje transformacional. En estos últimos años, su desarrollo y demanda ha sido muy notorio dado su gran efectividad y también se han ido agregando calificativos como: c. ontológico Educativo, C. empresarial. Ejecutivo, team-coaching. A nivel organizacional, el coaching se

utiliza como una herramienta que potencia el liderazgo y acompaña procesos de capacitación y entrenamiento en las organizaciones garantizando una efectiva adquisición de competencias. A nivel personal, es un proceso de acompañamiento a través de una nueva forma de aprendizaje, el llamado TRANSFORMACIONAL o de segundo orden, basado en el modelo OSAR.

El Coaching Ontológico se centra fundamentalmente en el ser, definido como un OBSERVADOR que acciona frente al mundo externo, con el que interactúa. El Observador que somos define la forma en que vivimos, y como aprendemos y accionamos. Desde el modelo planteado por el **Coaching Ontológico (OSAR)** es el aprendizaje es transformacional, es decir, desde el cambio del observador que soy, abriéndonos posibilidades para generar nuevas acciones donde antes no las habían. El punto de partida son los resultados y se evalúa en función de ellos. ¿Estoy contenta, con mi vida, mi trabajo, mis logros? ¿Es lo que quiero para mí? Las nuevas distinciones nos permiten expandir nuestro campo de acción y conducta. Estos cambios son generados desde cada uno de nosotros, al reconocernos como un ser integrado en tres dominios: **Cuerpo, Emoción y lenguaje.**

Estos tres dominios al interactuar y ser coherentes nos permiten generar nuevos campos de acción generando cambios personales transformacionales. Este cambio viene siempre primero desde uno mismo, desde el nuevo observador que quiero ser, en el momento que lo decido y declaro hacerlos.

El aprendizaje es la mayor fuerza de PODER. Es un cambio de conductas que amplía nuestras respuestas y resultados.

1. EL LENGUAJE genera ser y acción, esto a través de las distinciones de los actos del habla: Afirmaciones, Declaraciones, Oferta, Promesas, Pedidos y Juicios, que conllevan a las conversaciones.

2. LA EMOCIONALIDAD nos abre o cierra posibilidades. Nos permite cierta predisposición a una acción. La importancia de la distinción entre emociones y estados de ánimos que son muchas veces propios e individuales y pueden ayudarnos o no, en ciertas conductas conversacionales y resultados. Nuestro estado de ánimo determina mis acciones en el mundo.

3. LA ACTITUD CORPORAL, el poder en el dominio de nuestro cuerpo desde la expansión disponiéndonos a la acción, tipo de conversaciones y predisposiciones a ellas.

El poder de generar equipos de alto desempeño exige trabajar en estos tres dominios del ser, a nivel de equipo, encargado de la entrega de un servicio, sin fragmentar en roles específicos o divisiones laborales dentro de la empresa. Es necesario alinear los objetivos de la empresa con cada uno de sus trabajadores, para que el clima organizacional permita tener personas felices capaces de encontrar “el sentido” a su quehacer diario.

“Coaching un modo de ser y hacer diferente para lograr lo que te propongas” WD

DRA. MARÍA EUGENIA PARODI
es Conferencista Confirmada para nuestro **III Seminario de Marketing Odontológico, GESTIÓN & LIDERAZGO**

25 de octubre, Santiago
Más Información en:
webdental.cl/dentalmkt



Buscando el Éxito en Implantología Estética

29 y 30 de agosto 2014 | Torre Coraceros Av. Libertad 1405 - Viña del Mar



CONFERENCISTA Dr. Sebastián Bravo C.

Cirujano Dentista- Universidad de Talca
Especialista Implantología Oral y Oseointegración - UDD
Advanced Implant Therapy - UCLA
Docente Post Título Implantología Oral - UDD
ITI member

Valor: \$ 25.000

* No incluye almuerzo ni hospedaje

PROGRAMA

Viernes 09:00 - 19:00

- Posicionamiento 3D en Implantología Estética
- Manejo de Alveolo Post - Exodoncia
- Provisionalización en Zona Estética
- Conexión en Implantología y Manejo Plástico de Tejido Blando Perimplantar
- Entrega y Presentación de Casos Clínicos a resolver por Asistentes al Curso
- Tiempos de Implantación
- Implantación Inmediata

Sábado 09:30 - 13:00

- Mimetismo en Rehabilitación de Zona Estética
- Discusión de Casos Clínicos propuestos y mesa redonda
- Presentación de Casos Clínicos

Inscripciones: Sra. Claudia Luna

Fono: +(562) 2795 2264 - +(562) 2795 2260

✉ claudialuna@bywgroup.com

SOCIEDAD DE PRÓTESIS Y REHABILITACIÓN ORAL DE CHILE 2014 FILIAL CONCEPCIÓN

“DERRIBANDO PARADIGMAS EN REHABILITACIÓN ORAL”

12 y 13 de septiembre 2014, Concepción

Bajo el título, **Derribando Paradigmas en Rehabilitación Oral**, se realizará los días **12 y 13 de septiembre** de este año **el Congreso Internacional de la Sociedad de Prótesis y Rehabilitación Oral de Chile (Sproch)** organizado por la filial Concepción, actividad que tendrá lugar en el centro de eventos Suractivo.

Encuentro que espera reunir a cerca de 400 asistentes profesionales del campo de la odontología, quienes podrán ver y escuchar a 3 destacados expositores de nivel internacional, el **Dr. Guido Sarnachiaro (ARG – USA)**, quien trabaja en Estados Unidos en el equipo de **Dr. Dennis Tarnow y Dr. Stephen Chu** (uno de los grupos más importantes en Implantología y Rehabilitación Oral a nivel mundial), con quienes comparte su clínica y actividades académicas en la Universidad de Columbia.

El **Dr. Eduardo Mahn (Santiago-Chile)** quien ha desarrollado prácticamente la mayoría de su carrera en Alemania, Suiza y Estados Unidos y, hoy por hoy, es el expositor nacional con más presencia en el extranjero transformándose en un referente el campo de la Odontología Estética y Rehabilitación Oral Integral. El tercer expositor es el **Dr. Nelson Pinto (Concepción – Chile)** quien es uno de los Rehabilitadores más prestigiosos del país, y que durante el último tiempo, está revolucionando el campo de la Regeneración de tejidos gracias a sus trabajos e investigaciones, lo que le ha valido estar, y ser reconocido, en los principales congresos odontológicos y médicos a nivel internacional.

Para Dr. Carlos Cáceres, presidente de SPROCH – Filial Concepción “Sin dudas, será un verdadero privilegio contar en nuestra región con estos 3 distinguidos profesionales de la Odontología Estética, Implantología y Rehabilitación Oral Integral (...) Además, tenemos el agrado de confirmar la realización de una gran feria dental, donde las principales empresas



DR. GUIDO SARNACHIANO

Implantología Oral: Presente y futuro.



DR. EDUARDO MAHN

Derribando paradigmas en Odontología Estética.



DR. NELSON PINTO

Desafiando los Paradigmas de la Regeneración y la Oseointegración.

www.sprochconcepcion.cl

dentales presentes en el país, pondrán a disposición de los asistentes, atractivas ofertas asociadas al congreso y algunos obsequios especiales”.

Las inscripciones para los profesionales, técnicos y estudiantes pre y postgrado, ya están abiertas en el Sitio Web <http://www.sprochconcepcion.cl/>.

MÁS INFORMACIÓN:

Mail: sprochconcepcion2014@gmail.com
Celular: +569 56013574

CONGRESO INTERNACIONAL
SPROCH CONCEPCIÓN 2014

**DERRIBANDO PARADIGMAS
en REHABILITACIÓN ORAL**

12 y 13 de Septiembre 2014

Centro de eventos Suractivo, Concepción
Certificación CONACEO

Todoa la información en:
www.SprochConcepcion.cl
sprochconcepcion2014@gmail.com
Cel. +56 9 56013574



GESTIÓN EN ODONTOLOGÍA

De los ingresos a las finanzas

DR. VICENTE GODOY C.

Cirujano Dentista, Universidad de Concepción
Magíster en Administración de Empresas Mención en Administración Estratégica,
Universidad Católica de Salta, Argentina
Docente Universitario en temas de Gestión y Administración en Salud
drvicentegodoy@hotmail.com

Pitágoras en sus tiempos ya nos decía que “**ser mejor, servir, y ser feliz parece ser el propósito de la vida**” y cito estas palabras para recordar que el objetivo final nuestra existencia o paso por este mundo, debiera ser exactamente coincidente con dicha frase, la felicidad como aspiración máxima y nuestra profesión como una excepcional herramienta para entregar el mejor servicio a los demandantes pacientes.

Cuando se es adolescente la vida parece eterna, hoy estamos muy consciente que no lo es, por lo tanto cuanto más apreciamos nuestra existencia, queremos tener tiempo para disfrutarla y no deseamos que la consulta, por no saber administrarla eficientemente, sea la trampa causante de negarnos este maravilloso privilegio, visión que quizás sea necesario compartir sobre todo con las nuevas generaciones de colegas, para que tengan siempre presente su calidad de vida, por sobre otras consideraciones o afanes que nos presenta el diario vivir.

Nunca se oyó a ningún ser humano en su lecho de muerte decir “Me hubiera gustado dedicar más tiempo al trabajo” pero seguramente, si haber pasado más tiempo con sus seres y cosas queridas.

Es común en nuestra actividad diaria, caer en los llamados círculos viciosos de la profesión, los que se producen cuando no logramos buenos resultados, y como una forma de mejorar, pasamos más horas de nuestra preciosa existencias, encerrados en nuestras consultas, tratando de revertir la situación, la que generalmente no pasa por esa conocida y gastada estrategia, dejando pasar la vida sin tener espacio para dedicar más y mejor tiempo a la familia, los amigos, la práctica de deportes favoritos, nuestros postergados hobbies o una agradable lectura de algún tema favorito. Hoy día el ejercicio profesional se da en un ambiente intensamente competitivo, por la gran oferta de profesionales existentes en nuestro país, y como lógica consecuencia se ve una importante caída en los ingresos de muchos colegas de profesión, por lo tanto es más necesario que nunca una muy buena gestión de las finanzas de nuestras consultas, y más directamente lo que tiene que ver con sólo ejecutar tratamiento financiados y nunca realizar terminar tratamientos que se encuentran solo en etapa de presupuesto, salvo en las urgencias que siempre va a prevalecer tratar el dolor por sobre el pago.

Quizás sea necesario con la experiencia de años de práctica privada, sugerir algunas formas de proceder ante la demanda de pacientes por tratamientos odontológicos.

El primer paso es la llegada de pacientes interesados en consultar por presupuestos, que para nosotros corresponden a planes de tratamientos, los que pueden ser integrales o puntuales. Los presupuestos integrales los entendemos como el tratamiento de la totalidad de las acciones clínicas necesarias para satisfacer las demandas odontológicas y dar de alta al



paciente, por otra parte los presupuestos parciales, se refieren a los requerimientos específicos y puntuales de las necesidades odontológicas apremiantes de los pacientes, como son las urgencias, en otras palabras, no involucra el alta integral, por lo tanto en estos casos es importante motivar a los pacientes para lograr realizar las acciones clínicas restantes.

La idea central es que siempre los presupuestos se transformen en tratamientos aceptados y financiados para materializar su ejecución.

Recuerdo que en los tiempos de universidad se nos enseñó que las etapas para llegar al tratamiento eran las siguientes:

1. Diagnóstico 2. Plan de tratamiento 3. Tratamiento. Hoy día con el objeto de hacerlo más eficaz financieramente, agrego una etapa al modelo, quedando de la siguiente forma:

1. Diagnóstico 2. Plan de tratamiento 3. Financiamiento 4. Tratamiento

En los inicios de la profesión tenía una importante cantidad de pacientes en condición de morosos e incobrables; con la aplicación del segundo modelo superé absolutamente esos inconvenientes.

Así como es de simple, también lo es su aplicación, porque muestra el momento exacto para atender el tema de las finanzas, que muchas veces nos complica tanto. El primer modelo que para los fines académicos puede ser absolutamente válido, no lo es para la práctica privada, ya que se da mucho que una vez ejecutada la acción clínica el paciente le diga “Dr. hoy no traje dinero, así que le pago la próxima sesión”, la aplicación de este modelo es el mejor para tener pacientes morosos o en estado de incobrables e invitarlos o facilitarles las condiciones para que recurran a otras consultas, dejándonos en una inocente y larga espera.

Una vez realizado el presupuestado, se pasa a la etapa de financiación, haciendo la pregunta mágica que nos hacen en todas partes y que a nosotros nos cuesta tanto, ¿cancela en efectivo o con tarjeta? De esa manera no deja otra opción que cancelar, y recién ahí se comienza el tratamiento

La utilización de la tarjeta de crédito para financiar tratamientos odontológicos por parte de los usuarios van en franco aumento, sobre todo cuando se presentan urgencias que demandan financiar costosos tratamientos, como endodoncias, coronas o implantes. Actualmente la utilización de las tarjetas de crédito reporta variados beneficios para sus usuarios, por ejemplo les permite financiar entre una a seis cuotas

ddm
SOLUCIONES
ODONTOLÓGICAS

TE INVITAMOS A NAVEGAR
EN NUESTRA NUEVA
PÁGINA WEB CON LA QUE
DESEAMOS ENTREGARTE
UNA NUEVA EXPERIENCIA
DE NAVEGACIÓN EN
TUS COMPRAS

DESCÚBRENOS EN:

www.ddmchile.com

**web
pay plus**

VISA MasterCard MAGNA Diners Club INTERNATIONAL
Red compra

Y SI TIENES DUDAS, TE ESPERAMOS EN:

contacto@ddmchile.com

Nueva Dirección:
BALMACEDA 1115, ACCESO
EDIFICIO PORTAL AMUNATEGUI
OF. 318, LA SERENA

Fonos: 051 – 2444958
+569-66799046

Mail: contacto@ddmchile.com
www.ddmchile.com

personales

el tratamiento, manteniendo el precio contado, por otra parte son numerosos los portadores de estas tarjetas que juntan puntos para viajes u obtener otros beneficios, además que es un medio que permite prescindir de portar importantes sumas de dinero en efectivo transformándolos en potenciales víctimas de hechos delictuales.

Desde que se implementó este medio de pago en mi consulta, el aumento en su utilización es muy significativo, pasando a ocupar el primer lugar en la forma como cancelan los pacientes.

Como todo tipo de servicios, tiene costos financieros asociados; por un lado hay que financiar el arriendo de la máquina de transacciones y por otro se cancela un porcentaje de los ingresos, que varía de acuerdo al volumen de ventas con este medio, las que van disminuyendo al ser mayor su utilización.

Cuando el ejercicio profesional genera utilidades, los que en ocasiones son muy importantes, estas van directamente a formar parte del patrimonio personal o las llamadas finanzas personales del profesional.

Quiero partir haciendo una pregunta que considero de mucha utilidad y muy orientadora su respuesta, sobre todo para los que están comenzando como para los que llevan pocos años de ejercicio profesional.

¿Qué hacemos con las utilidades generadas en el ejercicio de nuestra profesión?

La respuesta pareciera muy obvia, pero con la experiencia conseguida producto de asesorías financieras realizadas a colegas, todas ellas han ocurrido por problemas financieros y no como quisiera que hubieran sido para orientar hacia las inversiones que son recomendables realizar cuando se tienen excedentes monetarios para que el dinero no se nos vayan entremedio de los dedos, o se haga sal y agua como dice el dicho popular.

Deseo recordarles que el sueldo del profesional se considera incorporado en los costos fijos mensuales, por lo tanto las utilidades obtenidas no se deben confundir con incremento del sueldo y deberán necesariamente tener otro destino que puede ser por ejemplo dejarlos en depósitos bancarios de acuerdo a las preferencias o en instrumentos que generan mayor beneficios en el mercado financiero.

Otra posibilidad puede ser adquirir el automóvil que siempre hemos soñado, o sencillamente darse algunos gustitos postergados por algún periodo de tiempo.

Quizás otra alternativa sea dar el pie para comprar una casa más grande y cómoda en un barrio de preferencia, o comprar un departamento en la playa como segunda vivienda o la ansiada parcela de agrado para disfrutarla en las vacaciones o un fin de semana largo.

Como vemos las posibilidades son muchas donde pueden ir a parar las utilidades, ya que las opciones son prácticamente infinitas, porque a medida que tenemos mayores recursos generamos nuevas necesidades que pueden o no ser razonables.

Dentro de la múltiple gamma de "inversión" que hemos visto en el párrafo anterior, todas significan tener que

aumentar nuestros gastos mensuales, disminuyendo así las utilidades personales.

Quizás una sugerencia es que al momento de utilizar los excedentes, estos sean destinados a **verdaderas inversiones** que nos aumenten los ingresos mensuales como podría ser la compra de un departamento para destinarlo al arriendo o para reinvertir en la propia consulta, con las ventajas tributarias que esto significa.

Los ingresos provenientes de este tipo de inversiones son dineros trabajando para nosotros todos los días del mes y que van directamente a mejorar nuestro estado financiero o a aumentar nuestro patrimonio.

Siempre que los alumnos me preguntan en que invertir les sugiero que una buena posibilidad son los departamentos de un dormitorio o un ambiente idealmente en una ubicación estratégica como son un nuevo polo de desarrollo urbano. No es raro ver que este tipo de departamento rente más que uno de más dormitorios que su inversión inicial es más considerable y no así los retornos esperados.

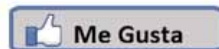
Este tipo de inversiones tiene dos grandes ventajas, una es el ingreso mensual que reporta, pero además generan a través de los años importantes plusvalías. He sabido que colegas compraron algún bien raíz en el lugar que llegaron cuando fueron general de zona o dentistas integrales y lo dejaron ahí, ya sea rentando mensualmente o sencillamente esperando la plusvalía y al transcurso de los años ante alguna oferta recibida, el valor ofrecido superó largamente la inversión inicial, incluso el monto de los fondos de pensión acumulados, transformándose en una importante fuente de ahorro.

La realidad en lo que tiene que ver con las finanzas generadas en la consulta es muy dispar en los colegas a nivel nacional, como también creo que ocurre en otras latitudes, según una encuesta realizada el año 2000, como una de las exigencias para optar al magister, al 4% por ciento de los colegas les va muy bien económicamente, un 34% tiene ingresos bajos y un 42% ingresos medios.

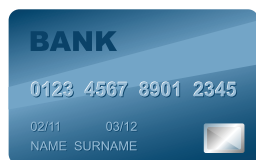
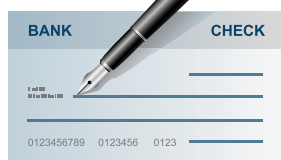
A la vista de estos porcentajes queda clara la importancia de conocer algo sobre el manejo eficiente de las finanzas personales, sobre todo considerando que la alta competencia de hoy hace más difícil lograr mejores ingresos, de ahí la importancia de hacerlo en la forma más eficiente posible.

Es de mucha importancia decir inmediatamente que el éxito financiero no se mide por los ingresos que generamos, que puede ser mucho, sino en cómo los administramos. Existen colegas muy exitosos en cuanto a generar importantes ingresos pero que tienen serias dificultades en su administración, y como resultado puede estar siempre luchando con las finanzas, mientras que existen otros colegas con menores ingresos pero muy responsables en la administración de los mismos logrando importantes ahorros.

"No es más exitoso el que genera mayores ingresos, sino el que mejor los administra"



facebook.com/webdentalchile



CONADEO

XIX CONGRESO NACIONAL DE ESTUDIANTES DE ODONTOLOGÍA



28-29-30 DE AGOSTO

Universidad Finis Terrae

Primera convocatoria:

10 de junio hasta el 10 de julio 23:59 hrs.

Precio \$28.000

Segunda convocatoria:

11 de julio hasta el 9 de agosto

Precio \$31.000

Expositores

Dr. Felipe Eltit

Magíster en Ciencias Biológicas, PhD
Candidate in Biomedical Engineering.
Universidad de British Columbia.
Profesor de la Universidad Finis Terrae.

Dr. Rizhi Wang

President of Canadian Biomaterials Society.
Profesor Doctor del departamento de
Ingeniería en Materiales de la Universidad
de British Columbia.

Prof. Dr. Alejandro Oyarzún Droguett

Cirujano Dentista de la U. de Chile. Magíster
en Ciencias Biológicas mención Morfología,
U. de Chile. Especialista en Morfología.
Profesor de la Universidad Finis Terrae.

CONTAREMOS TAMBIÉN CON LA PARTICIPACIÓN DE MÁS EXPOSITORES NACIONALES

www.conadeo2014.uft.cl

ORGANIZA:

SOCIO UFT



Facultad de Odontología

DR. VICENTE GODOY C. es Conferencista Confirmado para nuestro **III Seminario de Marketing Odontológico, GESTIÓN & LIDERAZGO** 25 de octubre, Santiago
Más Información en: webdental.cl/dentalmkt



13, 14 Y 15 DE NOVIEMBRE 2014

CURSO INTERNACIONAL

“ La ortodoncia como muchas áreas del conocimiento humano, ha tenido avances muy significativos en la última década, los cuales basados en el conocimiento de biología molecular, fisiología y biomecánica, permiten obtener resultados que antes eran inimaginables, en un tiempo récord, con mayor precisión, salud y estética ”



ESTE CURSO DE AVANZADA, CON CUPO LIMITADO, ESTÁ DIRIGIDO EXCLUSIVAMENTE A ORTODONCISTAS, QUE QUIERAN BRINDARLES A SUS PACIENTES LA MEJOR ORTODONCIA, CON LA MEJOR ESTÉTICA Y FUNCIONALIDAD

"La belleza y la función como objetivo"

- Manejo integral del paciente con visión interdisciplinaria.
- Análisis 4D en macro, micro y miniestética.
- Ortodoncia con concepto de oclusión mutuamente protegida.
- Funcionalidad y Salud en ortodoncia.
- Conceptos de Smile Arc Protection.

TOMÁS CASTELLANOS ARTEAGA

D.D.S., M.Sc.D.

- Odontólogo de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá)
- Ortodoncista de la Universidad Militar Nueva Granada – CIEO
- M. S. Técnicas de autoligado y Anclaje esquelético en ortodoncia - USA
- Educador certificado sistemas de autoligado H4 System (América y Europa)
- Conferencista internacional
- Docente Progressive and Master Group - Dr. Tom Pitts - USA



"Introducción a H4 SYSTEM"

- Autoligado pasivo de última generación.
- Fuerzas biológicas para movimientos veloces.
- Biología Molecular aplicada al movimiento dental.
- Versatilidades y ventajas del Sistema H4.
- Protocolo de cementación con la tabla de posicionamiento GPS.
- A creada y utilizada por los doctores Tom Pitts y Tmas Castellanos, para distintos tipos de maloclusiones con el concepto SAP (Smile Arc Protection).

"Protocolos y métodos actuales para acelerar los movimientos de ortodoncia"

- Mecánicas Simultaneas
- Correcciones en los tres planos del espacio, desde el inicio del tratamiento. Mio terapia funcional.
- Selección correcta de la secuencia de arcos de acuerdo a los objetivos de tratamiento.
- Usos de bloques de mordidas y elásticos tempranos para ayuda en la corrección de mordidas abiertas y profundas.
- Mecánicas de apertura y cierre de espacios.
- Decorticación focal selectiva,

"ANCLAJE ESQUELETICO PARA OPTIMIZACION DE MECANICAS EN ORTODONCIA".

- Intrusión y extrusión.
- Vericalización de molares.
- Cierre de espacios.
- Últimas mecánicas con micro tornillos para la corrección de clase II, III Y BIPROTRUSIONES.
- Técnica de un solo paso para retracción en masa total desde el inicio del tratamiento hacia zona de terceros molares.

"Surgery first"

- Conceptos clásicos de cirugía ortognática para corrección de diferentes tipos de maloclusiones.
- Ortodoncia descompensatoria para distintas clases de maloclusiones.
- Surgery First, abordaje convencional, indicaciones y limitantes.
- CDG (Castellanos Direct Guides)

Pistas Directas Castellanos, para realización de cirugía primero en pacientes clase II o clase III. Selección de casos.

- Predicción quirúrgica para Surgery First.
- Confección paso a paso de Castellanos Splint.
- Cementación Castellanos Splint.
- Protocolos de trabajo.

"Iniciando con el resultado en la mente"

- Recontorneo dental al inicio y al final del tratamiento.
- Ajuste, finalización y retención.

EN ESTE CURSO SE PODRÁ INICIAR EL TRATAMIENTO DEL PRIMER CASO CON EL SISTEMA DE AUTOLIGADO H4 Y SE TENDRÁ LA POSIBILIDAD DE PONER MINITORNILLOS EN PACIENTE

ACADEMIA CHILENA DE ESTÉTICA OROFACIAL
WWW.ACHEOF.CL



MATRÍCULA: \$100.000 (DESCONTABLES AL MOMENTO DE LA DOCUMENTACIÓN) ARANCEL: 6 CHEQUES DE \$300.000



MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES: **Bárbara Reyes**
(+56 9) 5409 9919 | contacto@acheof.cl | www.acheof.cl

ÚNICO LABORATORIO EN EL PAÍS PREPARADO PARA RECIBIR TODOS SUS ARCHIVOS STL Y DE ESCANNER INTRA ORAL



Carillas e
Incrustaciones
ceramicas en
3 dias



EL CENTRO CAD/CAM MAS GRANDE Y COMPLETO DEL PAIS



**METAL CO-CR SINTERIZADO POR LASER - CIRCONIO
DISILICATO DE LITIO CERAMICA FELDESPATICA
IMPRESION DE MODELOS LITOGRAFICOS**

Además Realizamos:

Todo tipo de restauraciones sobre implantes, Planos Duro Blando Alemanes, Cubeta de Blanqueamiento por Ozono, Protectores bucales, Prótesis Flexibles Valplast, Cerámica sobre metal, Cerómeros, Prótesis Removibles.



LA GARANTIA SE EXTIENDE SOLO POR FALLAS EN LA MANUFACTURACION O MATERIAL DE LOS TRABAJOS

Monjitas 527 Of. 901, Santiago - Mesa Central 29636320

www.beraudent.cl - info@beraudent.cl

Despachos a todo Chile vía Chilexpress

Búsqúenos en Facebook

29, 30 Y 31 DE AGOSTO

PRÓXIMA FECHA: 26, 27 Y 28 DE SEPTIEMBRE



CONVENIOS INTERNACIONALES

CURSO DE REJUVENECIMIENTO FACIAL Y ESTÉTICA ODONTOLÓGICA

MÁS DE 150 PROFESIONALES CAPACITADOS EL 2013

CONTAMOS CON 10 BOX CLÍNICOS PARA QUE NUESTROS ALUMNOS APLIQUEN LOS PROCEDIMIENTOS EN PACIENTES

ACADEMIA CHILENA DE ESTÉTICA OROFACIAL

ÁCIDO HIALURÓNICO • TOXINA BOTULÍNICA
PLASMA RICO EN PLAQUETAS (PRP- PRGF)

ÁCIDO HIALURÓNICO PARTE DEL CONTENIDO TEMÁTICO

- Anatomía y función de la piel.
- Proceso de envejecimiento.
- Estructura y función del producto biológico
- Ácido Hialurónico (descripción y propiedades).
- Resultados Clínicos esperados y tiempo de duración del efecto.
- Presentación y Preparación de las diferentes marcas
- comerciales e Indicaciones Clínicas de las diferentes reticulaciones.
- Dosificación. / Contraindicaciones. / Riesgos.
- Técnicas de Aplicación. / Fotografía clínica.
- Cuidados de la piel pre y post procedimiento, medicamentos complementarios, controles y reaplicación.
- Casos clínicos.

CLÍNICA CON PACIENTES

PLASMA RICO EN FACTORES DE CRECIMIENTO (PRGF) PARTE DEL CONTENIDO TEMÁTICO

- Introducción y descripción histórica de la técnica.
- Fundamentación Biológica/ Histológica y Fisiológica del PRGF.
- Beneficios biológicos.
- Indicaciones y Contraindicaciones.
- Riesgos.
- Técnicas de aplicación.
- Manejo de Urgencias y Situaciones Críticas en la Práctica Clínica y Estética
- Fotografía clínica.

CLÍNICA CON PACIENTES:

- Preparación de PRP.
- Conocimiento y uso de centrífuga / calibración.
- Activación de PRP con Cloruro de Calcio.



PROFESORES DICTANTES

PROF. DR. ANDRÉS GAETE NAVARRO

- Cirujano Dentista, U. Valparaíso
- Coordinador Académico de Diplomado de Rejuvenecimiento Facial y Estética Odontológica, Universidad de la Frontera Santiago
- Magíster en Gestión de Organizaciones (MBA), U. Valparaíso
- Máster en Implantología, Rehabilitación Oral y Estética, ESI Barcelona.

PROF. DR. MANUEL NOVAJAS BALBOA

- Médico Cirujano, U. Valparaíso
- Especialista en Cardiología y Cirugía Cardiovascular (Bélgica)
- Miembro de la Sociedad Chilena de Trasplante

SRA. ELENA PALMA HEIM

- Tecnólogo Médico, U. de Chile
- Especialidad en Hematología y Banco de Sangre, U. de Chile.

TOXINA BOTULÍNICA PARTE DEL CONTENIDO TEMÁTICO

- Anatomía y función muscular facial.
- Aspectos legales.
- Farmacodinamia de la Botulina.
- Resultados Clínicos
- esperados y tiempo de duración del efecto.
- Presentación y Preparación de las diferentes
- marcas comerciales.
- Dosificación.
- Contraindicaciones. / Riesgos.
- Técnicas de aplicación
- Selección de músculos
- a tratar en sector odontoestomatológico.
- Fotografía clínica.
- Preparación de la piel para aplicación (limpieza, anestesia).

"APRENDA EL USO DE LA PISTOLA PARA MESOTERAPIA U225,
LA MÁS MODERNA DEL MUNDO"

URGENCIAS EN CLÍNICA

Manejo de Urgencias y Situaciones Críticas en la Práctica Clínica y Estética

CLÍNICA CON PACIENTES

En nuestro curso, el alumno realizará los procedimientos clínicos aprendidos en la etapa teórica



CURSO TEÓRICO, PRÁCTICO Y DEMOSTRATIVO DIRIGIDO A: ODONTÓLOGOS, MÉDICOS Y PROFESIONALES DEL ÁREA DE LA SALUD

Lugar: Andrés de Fuenzalida 55, Providencia | Matrícula: \$100.000 - descontable del curso
Valor por Módulo (1 Módulo, 1 día): \$470.000 | Valor Curso Completo (3 Módulos) : \$1.200.000

Más Información en: Celular: +(569) 540 99919



ACADEMIA CHILENA DE ESTÉTICA OROFACIAL

WWW.ACHEOF.CL