

REVISTA VIRTUAL ODONTOLOGIA EJERCICIO PROFESIONAL - ISSN 1608-1633
Volumen 11 Número 126 Octubre 2010

CONTENIDOS

Resumen	Nuestra Visión y nuestros logros	2
Editorial	Gestión del tiempo en la clínica dental Respete a su paciente, Usted decide	3
Noticias	Odontomarketing estuvo nuevamente en Centro América	5
	Odontomarketing visita Facultades de Odontología en Perú	6
	Se inaugura Odontomarketing Nicaragua y Odontomarketing Honduras	7
	Nuestro grupo en el Facebook supera los 2100 miembros	7
	Curso de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología 2011	7
Artículos	Eficiencia en la clínica dental ¿cuestión de conocimiento o ganas?	8
	Marco regulatorio del ejercicio profesional de la Odontología: Nicaragua	11
Servicios	Libros de Administración, Marketing y Gerencia en Odontología	14
	Servicio de asesoría en gestión del centro dental	15
	Nuevo portal: www.dentistalima.com	16



10 años (2000 - 2010)

7 millones de visitas al portal - 80,000 usuarios registrados
400 seminarios, charlas y cursos dictados en 16 países, con
más de 40,000 asistentes - 5 libros y 300 artículos de la
especialidad publicados - **SU VALIOSA PREFERENCIA**



www.odontomarketing.com

odontomarketing
lo no odontológico de la Odontología

VISIÓN ODONTOMARKETING : Gerencia, Administración y Marketing para odontólogos

Construimos puentes anchos y cortos entre la Odontología y las personas. Creemos que nuestra profesión tiene aun mucho por ofrecer y brindar a la comunidad y que debemos reinventarla cuestionando los paradigmas y estilos de la práctica dental tradicional Y fomentando un cambio en nuestro ejercicio profesional, para encontrar puntos de concordancia entre las expectativas del gremio y los intereses de la población. Fomentamos las prácticas dentales sustentadas en la educación al paciente, la prevención de las enfermedades bucales y la promoción de la salud bucal. Aplaudimos los centros dentales exitosos, que logran relaciones mutuamente beneficiosas con sus pacientes.

LOGROS ODONTOMARKETING:

- Más de 7 millones de visitas a www.odontomarketing.com desde el 2000
- 80,000 usuarios registrados de la comunidad dental de 30 países
- 400 seminarios de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología realizados en 17 países
- 30,000 asistentes a nuestros seminarios de Marketing Dental en: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos de Norte América, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela
- Herramientas prácticas y concretas aplicables a la realidad del consultorio dental
- Alianza de 10 años con Colgate Palmolive

Editorial:

Gestión del tiempo en la clínica dental

Respete a su paciente, Usted decide

Dr. Jaime Otero M. – Dr. Jaime Otero I. – jotero@odontomarketing.com – www.odontomarketing.com

En el apurado mundo actual, uno de los atributos más valorados por los pacientes odontológicos se relaciona con el manejo del tiempo que hacemos los que laboramos en la clínica dental. Los usuarios de nuestro servicio se fijan mucho en cómo los atendemos y justamente, el uso del tiempo suele ser un aspecto clave en la impresión que ellos se forman de nosotros.

Cuando hablamos de gestión del tiempo en el consultorio dental, nos referimos a diferentes aspectos. Por un lado, a la atención puntual y eficiente: aprovechar el cada vez más escaso tiempo de la persona que nos visita. Suele ser una queja común: “esperé al doctor casi una hora y me atendió 20 minutos” o situaciones similares, que pueden alejar al paciente del centro dental.



Todos los odontólogos tenemos el mismo número de días por año y la misma cantidad de horas por día. MEJORE SU DESEMPEÑO Y APROVECHE MEJOR SU TIEMPO

odontomarketing
lo no odontológico de la Odontología

No decimos que sea fácil, pero sí que deberíamos identificar que es factible y necesario mejorar nuestros procesos de atención, para optimizar la experiencia que viven nuestros pacientes en nuestro centro de atención. Por ejemplo:

- programando adecuadamente las citas
- conociendo los tiempos de nuestros tratamientos
- planificando lo que se va a realizar y alistándonos
- explicando con claridad en la primera visita la importancia de la puntualidad y del cumplimiento de las futuras citas
- entregando al paciente una cartilla que señale que necesitamos de su colaboración en éste sentido
- premiando a los puntuales
- otras acciones concretas, que se enfoquen en modificar la usual impuntualidad de nuestra “hora latina”

Adicionalmente, existen otras estrategias para demostrar más respeto al tiempo del paciente. Por ejemplo, verificar siempre los trabajos de laboratorio antes de que el paciente llegue. Si en el modelo de trabajo vemos que algo debe ser mejorado, mal haríamos esperando a que la cita se inicie, si es que antes pudimos haber realizado las modificaciones necesarias.

POR CADA MINUTO DE INEFICIENCIA, PERDEMOS 60 SEGUNDOS DE PRODUCTIVIDAD

A la vez, debemos ser conscientes de que en la mayoría de los casos nosotros mismos gestionamos nuestro tiempo y que el servicio dental se inicia en el momento en el que el paciente llega al consultorio, no cuando ingresa al ambiente clínico.

Le recomendamos pensar cada vez menos en que atiende “pacientes”, que deben tenerle “paciencia”, para “esperar” en su “sala de espera”. Y que haga una reingeniería de su ciclo de atención, para que el usuario perciba que su atención es continua y sin pérdidas de tiempo. Elimine del vocabulario de su clínica el término “espere” y transforme su “sala de espera” en una sala de recepción, de entretenimiento, de educación dental, de relajación, etc.

Por ello, es fundamental contar con personal asistente que colabore con la gestión del tiempo y que prestemos especial cuidado a lo que sucede en la recepción, antes y después de la atención dental en el sillón.

Nunca lo olvide: como es factible que algún paciente se demore o que algún procedimiento odontológico nos tome más de lo programado, es de esperar que se presenten momentos en los que pareciera muy complejo evitar la espera de los pacientes. De Usted depende si le dicen al paciente: “va a tener que esperarnos” o “gracias por su puntualidad, empezaremos mostrándole un video de cómo mantener su futura prótesis limpia y en buen estado”, por ejemplo.

SOBRE LOS AUTORES

Los doctores Jaime Otero M. y Jaime Otero I. son odontólogos peruanos que desde el año 2000 editan www.odontomarketing.com

Tienen la visión de generar y difundir contenidos de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología, para propiciar la mejora continua del servicio odontológico y lograr mejores resultados con la práctica dental.

Han publicado 5 libros y más de 350 artículos de la especialidad y han dictado más de 400 seminarios de Marketing en Odontología en 17 países, a una audiencia de más de 30,000 asistentes

Es decir, es nuestra clínica y nosotros podemos perfectamente organizarnos, para disponer de elementos educativos y promocionales de apoyo, que “llenen los espacios vacíos” y eviten la espera. Sea consciente de que las peores esperas son la espera en solitario y la espera aburrida. Es momento de alistar su consultorio para manejar correctamente dichos espacios: aproveche la estancia de sus pacientes en su consultorio, para pedirles su opinión utilizando encuestas de satisfacción, para completar los datos en la historia clínica, para realizar actividades que mejoren el nivel de conocimiento del paciente respecto a la salud bucal, la Odontología y los tratamientos dentales.

Aproveche la primera cita, para explicarle muy claramente al paciente que acepta el tratamiento dental. Cuántas citas deberán invertir y qué duración tendrán. Intente modular su servicio para darle al paciente lo que espera. Quizás algunos deseen pocas citas largas y otros prefieran mayor cantidad de citas cortas. Analice el siguiente concepto: de todo lo que sucede en su consultorio desde que el paciente ingresa hasta que se retira, quizás lo que menos le agrade sea estar en el sillón. Por ello, amplíe los espacios dedicados a la comunicación e intente reducir los tiempos dedicados a la realización de tratamientos dentales. Emplee rutinariamente técnicas de atención a 4 manos, tenga la infraestructura, los materiales y el instrumental adecuado, para no retrasar o posponer la atención.

Para concluir, le comentamos que el manejo del tiempo tiene también una íntima relación con la capacidad de dedicarle un espacio adecuado a la comunicación eficaz. Por ello, dedíquese a su paciente. Converse con él todo lo que pueda, conózcalo cada vez mejor. Ingrese a su ámbito familiar y social, forme vínculos sólidos y duraderos. No lo haga esperar, aproveche que está en su centro de atención y disfrute los momentos que puedan dedicarle Usted y todos los miembros del equipo de trabajo.

NOTICIAS:

Odontomarketing estuvo nuevamente en Centro América

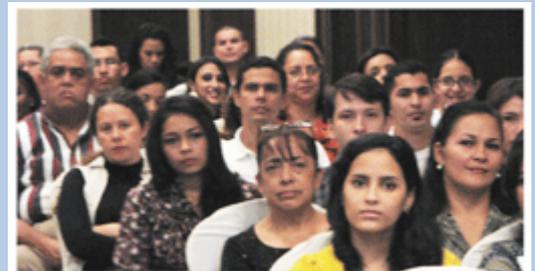
Realizamos nuestro cuarto viaje a Centro América del 28 de setiembre al 15 de octubre pasados, gracias a la confianza y el apoyo invaluable de Colgate Palmolive. El motivo fue el dictado de 8 conferencias de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología para estudiantes y odontólogos de 5 países de la mencionada región.

Participamos dictando la charla: **“¿Cómo iniciar una práctica dental exitosa?”** en el V Congreso de Estudiantes del Colegio de Cirujanos Dentistas y de la Universidad de Costa Rica y a la vez, pudimos compartir una jornada de 8 horas con colegas, brindando la conferencia: **“Administración y Mercadeo de consultorios odontológicos”**, en el marco del VII Congreso Científico Nacional y I Internacional de Odontología del Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica.

Luego, viajamos a San Pedro de Sula (Honduras), donde dimos la conferencia: **“Técnicas para incrementar la productividad del ejercicio profesional”** y seguimos rumbo a Nicaragua, donde dictamos la charla: **“¿Cómo iniciar una práctica dental exitosa?”**, tanto en el campus de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua – León, como en el marco del VII Congreso Internacional de la Facultad de Odontología de la Universidad Americana - Managua.

Siempre con los funcionarios de Colgate, pudimos después visitar las ciudades de Santa Ana y San Carlos (El Salvador) y de Quetzaltenango (Guatemala), donde compartimos con odontólogos durante la charla: **“Administración y Mercadeo de consultorios odontológicos”**.

En total, congregamos a un poco más de 1,000 participantes, gracias a la excelente convocatoria realizada por el Equipo Profesional de Colgate Palmolive y los organizadores de los mencionados eventos, a quienes agradecemos profunda y sinceramente por volvernos a tomar en cuenta y permitirnos acompañarlos.



Diferentes momentos de las Conferencias Odontomarketing – Colgate Profesional

Noticias: Odontomarketing visita las principales Facultades de Odontología en Perú

Odontomarketing colabora desde el 2009, con el Plan Futuro Profesional que Colgate Palmolive imparte en diferentes Facultades de Odontología de la región. Precisamente, en el presente semestre venimos participando activamente con el dictado de la Charla: **“Odontología de ayer, hoy y mañana”**, dirigida para alumnos de los primeros ciclos.



El propósito es brindar una perspectiva histórica, respecto a de dónde proviene nuestra profesión, los retos de la Odontología contemporánea y hacia dónde se deberían encaminar los esfuerzos de los futuros colegas para los próximos años. Se hace hincapié en la importancia de nuestro rol como educadores y promotores de la salud bucal, para lograr cumplir con el propósito gremial básico de mejorar los indicadores de enfermedad bucal que lamentablemente caracterizan a nuestros países latinoamericanos.



Para ello, venimos visitando las principales Escuelas Dentales del Perú, incluyendo las de la Universidad San Juan Bautista, Universidad Nacional Federico Villarreal, Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Universidad Norbert Wiener, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Universidad San Martín de Porres de Lima y Chiclayo, Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Universidad Alas Peruanas de Lima, Ica, Arequipa y Cusco, Universidad Peruana Los Andes de Huancayo, ULADECH de Huancayo, Universidad Toribio Mogrovejo de Chiclayo, Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Católica Santa María de Arequipa, Universidad Científica del Sur, Universidad Nacional Abad del Cusco y Universidad Andina del Cusco.



La enriquecedora experiencia nos permite mantener contacto con los futuros profesionales y difundir nuestra mística de procurar emprendimientos dentales exitosos que logren acercar la Odontología a la comunidad.

Noticias: Odontomarketing inaugura filiales en Centro América: Nicaragua y Honduras

Inauguramos dos nuevas representaciones, ampliando nuestros horizontes hacia Centro América. Luego de haber fundado sedes en otras ciudades del Perú y en Paraguay, es ahora una realidad nuestra presencia en Nicaragua y en Honduras.

En Nicaragua, tuvimos la oportunidad de reforzar lazos con nuestros Representantes y de realizar actividades de capacitación dirigidas a un grupo selecto de colegas de Managua y León. En Honduras, se sentaron las bases para iniciar nuestra presencia para brindar nuestros servicios a los colegas de Tegucigalpa y San Pedro de Sula.



Noticias: Nuestro grupo en el Facebook supera los 2100 miembros



Aprovechando los alcances de las redes sociales de la Internet, hace algunos meses fundamos nuestro grupo en el Facebook, que hoy cuenta con 2,120 miembros. Lo invitamos a unirse para que pueda recibir noticias sobre Gerencia, Administración y Marketing en Odontología, contenidos sobre salud bucal y mucho más.

Noticias: Curso de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología 2011

El ejercicio contemporáneo de la Odontología implica ver más allá de la ciencia, técnica, tecnología y del desarrollo de la destreza manual para realizar con éxito los tratamientos dentales. Cada vez es más necesario que los odontólogos mejorem nuestras habilidades para: entender la realidad que nos rodea, interpretar nuestro verdadero rol en la sociedad y encontrar caminos para lograr una adecuada relación con la comunidad. Después de todo, queda claro que las tendencias del mercado dental nos exigen un verdadero cambio de mentalidad y una modificación de nuestros sistemas clásicos de atención, para lograr que nuestros emprendimientos sean más sostenibles y exitosos y para mejorar los indicadores de enfermedad bucal de la población.

Lo invitamos a participar de nuestro Curso de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología, que se iniciará en Marzo con una duración de 4 meses. Se realizará en Odontomarketing Surco Perú). Informes e inscripciones: (00511)256-0833 (atención de 9:00 a 13:00 horas) o escribiendo a cursos@odontomarketing.com



ARTÍCULO

Eficiencia en la clínica dental ¿cuestión de conocimiento o ganas?

Dr. Jaime Otero M. – Dr. Jaime Otero I. – jotero@odontomarketing.com – www.odontomarketing.com

Introducción:

Deseamos entregarle un conjunto de principios, conceptos y recomendaciones sobre el trabajo y el desempeño laboral en la clínica dental. Ideas que pueden ser de utilidad para los diferentes colaboradores que integran el equipo humano del centro odontológico.

Partimos de que la práctica de la Odontología se viene transformando desde hace algunos años y de que uno de los principales procesos que caracterizan dicho cambio, se verifica con la disminución de la práctica dental individual y el progresivo incremento del ejercicio asociado, con la consecuente conformación de equipos multidisciplinarios.

Creemos que dicha modificación debería llevar a los gerentes odontológicos a entender cada vez mejor cómo gerenciar el talento de los diferentes colaboradores del centro dental y a encontrar métodos eficientes para integrar la participación de los distintos actores que elaboran el servicio odontológico.

Para ello, debería contar con la lógica y los documentos de gestión, que definan con claridad las diferentes funciones de cada empleado, así como respetar los diferentes momentos propios de la gestión de los recursos humanos en una empresa.

Gestión del talento humano en Odontología:

La gerencia del personal de la clínica dental no se limita solamente a contratar y remunerar a los odontólogos, recepcionistas, asistentes dentales y técnicos de laboratorio. Estamos frente a un proceso especializado y dinámico, que se da a lo largo del tiempo. Un proceso que implica una vocación hacia lo humano y hacia la capacidad para conocer a las persona, donde es crucial el liderazgo y la habilidad de motivar a los demás para realizar un trabajo ordenado y lograr objetivos corporativos.

Si quisiéramos estructurar los mecanismos relacionados a la gestión del talento humano, podríamos confeccionar una lista de pasos a seguir, como los que le detallamos a continuación:



Principales momentos del proceso de gerencia de los recursos humanos:

- planificar y definir los puestos de nuestra empresa odontológica
- establecer las funciones y las obligaciones de cada puesto
- formalizar las características del perfil idóneo para cada posición dentro de la organización
- definir una política de remuneraciones y bonificaciones
- convocar a los candidatos más adecuados para los puestos necesarios
- seleccionar a los postulantes más talentosos
- contratar a los colaboradores necesarios
- inducir: explicar con claridad qué deseamos de cada colaborador
- capacitar continuamente a los trabajadores de la clínica
- evaluar objetiva y periódicamente el desempeño de los empleados
- motivar y promover a los trabajadores: ganar - ganar



Las relaciones humanas son como una hoja de papel. Cada problema que se presenta, es una arruga, que suele ser difícil de reparar.

odontomarketing
lo no odontológico de la Odontología

Para evitar “malograr” la relación humana que mantenemos con nuestros colaboradores, debemos ser sensatos, cuidadosos y justos

Manejo de problemas y situaciones particulares en la gestión del talento humano:

Le recomendamos que entienda que cada colaborador es un individuo y como tal, tiene su propia personalidad, habilidades, formación profesional, experiencia, limitaciones, etc. Le sugerimos que acepte que puede ser complicado y hasta infructuoso, intentar instaurar una regla única para resolver uniformemente todo tipo de problemas y que mejor, maneje cada una de las situaciones particulares que se presenten durante la relación con nuestros colaboradores de modo individual.

Para ello, creemos que es útil tomar en cuenta que intervienen muchos detalles y que una buena forma de acercarnos a una solución o directiva adecuada es preguntarnos: El colaborador... ¿sabe? Y luego, el colaborador... ¿quiere?

De dicha forma, podremos establecer las siguientes 4 posibilidades:

	QUIERE	NO QUIERE
SABE	Sabe y quiere	Sabe y no quiere
NO SABE	No sabe y quiere	No sabe y no quiere

Es decir, ante un problema de desempeño de algún colaborador, podemos estar frente a las siguientes cuatro opciones:

1. **Sabe y quiere:** es probable que el error se haya debido a una falta de atención, algún problema personal, situación particular y pasajera, ausencia de cierto insumo o recurso material para realizar correctamente la tarea, etc. Para encontrar la solución e instaurar el correctivo, podría bastar una charla en la que hagamos ver que nos hemos percatado de la falta, para juntos identificar la causa y procurar que la situación no se repita en el futuro.
2. **Sabe y no quiere:** es posible que exista desmotivación o que el colaborador esté expresando a través de sus actos, su disconformidad con algo que viene sucediendo en la empresa. En este caso, se hace necesaria una conversación sincera, para indagar más a fondo y procurar evidenciar la verdadera causa del comportamiento o desempeño errado.
3. **No sabe y quiere:** a veces los errores se comenten por “ignorancia”, ante lo cual queda claro que debemos capacitar al colaborador. Para ello, no necesariamente debemos pensar en inscribir al empleado en un curso, suele ser más directo y económico primero intentar la capacitación interna: alguien del equipo de trabajo puede conocer la manera correcta de hacer las cosas y podría enseñarle directamente al que no sabe.
4. **No sabe y no quiere:** nuevamente si la falta se comete por no conocer el procedimiento correcto, lo primero es asegurarnos de que este conocimiento sea compartido. Para ello, puede ser necesario una nueva inducción y dar seguimiento al desempeño, poniendo especial cuidado en evaluar en paralelo si es necesario un cambio de puesto o eventualmente, el despido.

Conclusiones y recomendaciones:

Podríamos estar arriesgando nuestro capital y esfuerzo, si es que dejamos que la inercia gobierne nuestras decisiones en el campo de la gestión del recurso humano en la clínica dental. Podríamos estar comprometiendo los resultados de nuestra empresa dental, si actuamos en automático y si asumimos que todas las situaciones son semejantes. Más bien, podemos desarrollar experiencia y asertividad, si entendemos cabalmente la raíz real de los problemas del desempeño de nuestros colaboradores, lo cual nos acerca a soluciones correctas y definitivas.

ENSAYO

Marco regulatorio del ejercicio profesional de la Odontología en Nicaragua

Dr. Carlos M. Guevara Altamirano

Profesor adjunto en el Depto. Medicina Oral, Facultad de Odontología. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - LEÓN.
Profesor Horario en La Universidad Americana

Introducción:

El buen ejercicio profesional de la odontología requiere del dominio de conocimientos, habilidades y tecnologías acordes a las necesidades de salud de la población, así como la actitud ética y humanística no sólo a favor de la sociedad a la que se sirve, sino también en beneficio del gremio mismo y su imagen ante la sociedad. Pero como en todo quehacer profesional y más aun, por tratarse de una profesión que se ocupa de la salud y el bienestar humano, la regulación y supervisión son tareas impostergables. Sin embargo, en nuestro medio confluyen una serie de factores que terminan por definir una situación por demás compleja en este tema.

No se puede omitir que además de los factores de diferente naturaleza que moldean el asunto, también han ocurrido algunas iniciativas aunque por ahora ineficaces para dar remedio a esta situación, son estos los temas que ocuparán las líneas del presente ensayo.

Desarrollo:

Según la Ley 432. Ley General de Salud, le corresponde al Ministerio de Salud (MINSa), la regulación, supervisión, inspección y vigilancia entre otras cosas, de todo el sector salud, mismo que es definido en la citada ley y que incluye todos los establecimientos vinculados a la salud, por lo que debe entenderse que por ley todo servicio odontológico público y privado y aún las instituciones que enseñan odontología; además obliga a todo establecimiento de salud a gestionar y obtener la habilitación de funcionamiento por parte del MINSa.

Sin embargo, con la entrada en vigencia de la ley 588. Ley General de Colegiación y del Ejercicio profesional, se establece que **“se autorizará el ejercicio profesional a los nicaragüenses y a los profesionales extranjeros con residencia legalmente otorgada conforme a las leyes de migración y extranjería, que cumplan con las disposiciones de la presente ley y con la del respectivo Colegio Profesional”**, esta ley además define la forma en que harán las propuestas de creación de los respectivos colegios profesionales, la cual establece que con un mínimo de 50 profesionales reunidos en una asociación se podría proponer a la misma como el Colegio Profesional de la rama; en este sentido, existe una iniciativa de ley orgánica del Colegio Odontológico presentada a la Asamblea Nacional en



ETICA PROFESIONAL

La regulación y supervisión
son tareas impostergables,
para asegurar una práctica
dental ética, que contribuya
al bien social.

odontomarketing
lo no odontológico de la Odontología

marzo de 2009, por el actual Colegio Odontológico, en la que se establecen algunas pautas de funcionamiento interno y de regulación, incluso se menciona algo sobre cómo deben ser las relaciones entre colegas, pero lo que sí quedaría implícito de aprobarse esta iniciativa es que ante la sociedad y el gremio odontológico, el actual colegio pasaría a ser el órgano rector del quehacer profesional de la odontología y la afiliación al mismo sería obligatoria para el profesional que quisiera ejercer.

Además de lo anterior existen otras leyes y normas que se relacionan al quehacer odontológico, más concretamente a los derechos de los potenciales pacientes, tales como la ley de prevención, rehabilitación y equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad, la ley de promoción, protección y defensa de los derechos humanos de personas que conviven con VIH/SIDA, y las Normas y Guía para el manejo del expediente clínico publicado en 2008, surgido a raíz del incremento en el número de demandas judiciales por negligencia médica y la trascendencia que esto tuvo en los medios de comunicación. Esta Norma y Guía para el manejo del expediente clínico señala que todo establecimiento de salud público o privado que atienda pacientes debe tener un expediente clínico de acuerdo a la norma en mención y que además se debe cumplir con el consentimiento informado según el formato establecido en el documento en mención.

Cabe mencionar sin embargo, que aunque en la Norma y Guía para el manejo del expediente clínico se detallan formatos específicos para muchas especialidades médicas, no se hace referencia en ninguna parte a la atención odontológica, quizás porque a nivel ministerial el componente de odontología es casi inexistente e incluso a nivel de políticas no está contemplado, lo que plantea la necesidad de mayor visibilidad y trascendencia al tema odontológico a nivel público y a nivel privado la propia organización, regulación y supervisión del gremio, proceso que debería ser asumido por las diferentes asociaciones gremiales e instituciones formativas en un consenso de interés social y profesional.

A pesar de la importancia y trascendencia futura de estos temas del quehacer odontológico, éstos no son abordados en los pocos espacios de educación continua, y peor aún no se abordan en los contenidos académicos en las instituciones formadoras de nuevos profesionales, lo que dificulta más aún el involucramiento y unificación del gremio en torno a estos temas, lo que a su vez deja a los profesionales ya establecidos y los que aún están en formación, en una posición de posibles transgresores de normas y leyes o de víctimas de pacientes inescrupulosos sedientos del lucro personal a través de una demanda judicial.

Visite:

www.colgateprofesional.com



Odontomarketing llega a Usted desde Mayo del 2000, gracias al incondicional apoyo de Colgate Palmolive

Conclusión:

El tema del marco regulatorio y de supervisión del ejercicio profesional de la odontología debe convertirse en una preocupación que emane del propio gremio, de sus instituciones, asociaciones y sus profesionales, con el previo reconocimiento de la importancia del tema y las implicaciones futuras en un marco social más informado, pero con necesidades y carencias crecientes que van desde lo material hasta lo ético y moral.

Por tanto, la suma de los intereses individuales convenientemente captado y canalizado por las instituciones y asociaciones gremiales, harán posible la visualización de la problemática del quehacer odontológico y presionar por la definición y difusión de un marco normativo que promueva un ejercicio profesional ético, humanista, competente en términos científico técnicos y apegado a lo legal.

10º ANIVERSARIO: 2000 - 2010
odontomarketing
la no odontológico de la Odontología

¿Sabe qué tienen en común las clínicas dentales exitosas?

Los odontólogos exitosos planifican objetivos concretos y conducen su emprendimiento directamente al futuro diseñado. En el camino, logran medios efectivos para aumentar la elección, uso y recomendación del servicio dental que brindan a sus pacientes

Por ello, cada día más odontólogos se convencen de los beneficios de aplicar herramientas de gerencia, administración y marketing en el ejercicio profesional



¿Desea aprovechar mejor su infraestructura?

www.odontomarketing.com

Monserate 208 Urb. Las Gardenias Surco Lima 33 Perú
jotero@odontomarketing.com - (0051)2560833

GERENCIA, ADMINISTRACIÓN, MARKETING, CALIDAD, CONTABILIDAD, ECONOMÍA, FINANZAS, LOGÍSTICA, COMUNICACIÓN, PSICOLOGÍA, LIDERAZGO, ARQUITECTURA, ERGONOMÍA, SALUD PÚBLICA, y mucho más

SERVICIOS ODONTOMARKETING:

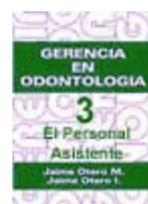
Libros especializados en Administración, Marketing Y Gerencia en Odontología

Ponemos a su disposición nuestros 5 Libros, que contienen información valiosa sobre diferentes aspectos del manejo empresarial de la clínica dental. Los textos se presentan en formato de libros virtuales.

1. Administración en Odontología
Dr. Jaime Otero M. (Perú)
2. Marketing en Odontología
Dr. Jaime Otero M. (Perú)
3. Gerencia en Odontología 1 El Consultorio Odontológico
Dr. Jaime Otero M. - Dr. Jaime Otero I (Perú)
4. Gerencia en Odontología 2 Ética y Marketing
Dr. Jaime Otero M. - Dr. Jaime Otero I (Perú)
5. Gerencia en Odontología 3 Personal Asistente
Dr. Jaime Otero M. - Dr. Jaime Otero I (Perú)

Acceso a los libros virtuales de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología: [Haga click aqui](#) o escribiendo a: jotero@odontomarketing.com

El Dr. Jaime Otero M. se ha preocupado de plasmar sus ideas y su conocimiento sobre la Administración en Odontología, en un libro que intenta brindar al odontólogo la información que le permitirá organizar mejor su práctica profesional en forma integral, para lograr una excelencia de su servicio... Dr. David Loza Universidad Peruana Cayetano Heredia



MUCHOS ODONTÓLOGOS, POCA SALUD BUCAL

El último reporte de la Organización Mundial de la Salud señala que en el mundo existen 2 millones de odontólogos. Sucede que 1 de 2 odontólogos labora en América, por lo que en nuestro continente existe 1 odontólogo cada 1000 personas y hay una concentración 3 veces mayor que la del promedio mundial

SERVICIOS ODONTOMARKETING:

Servicio de asesoría en gestión del centro dental

Lo saludamos en nombre del equipo de Odontomarketing, para darle la más cordial bienvenida a nuestro Servicio de Asesoría. Agradecemos y valoramos su interés por nuestro trabajo, por lo que nos enfocamos en brindarle un servicio personalizado que satisfaga sus expectativas. Queremos compartir con Usted los detalles de la Asesoría (Modalidad Virtual), para que evalúe la opción de contratar nuestro servicio, que incluye soluciones de Gerencia, Administración y Marketing en Odontología.



SERVICIO	Duración	Observación
Primera reunión (diagnóstico)	<p>1 hora de chat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conversatorio (35 minutos), enfocándonos principalmente en sus requerimientos (previamente identificados vía email) • 25 minutos de preguntas, respuestas y conclusiones 	<p>El servicio incluye también:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. un email previo, para que nos explique qué necesita y espera de nuestro servicio b. Email posterior, para remitirle un Informe de la reunión con sugerencias
Reunión de Asesoría	<p>1 hora de chat cada una:</p> <p>Según el caso, se coordina un número de reuniones, con temas previamente acordados</p>	<p>Se confecciona un paquete de horas de asesoría. Paquete 1 (10 horas) Paquete 2 (25 horas).</p> <p>Cada reunión incluye un informe</p>

Si está interesado en nuestro Servicio, por favor escríbanos a jotero@odontomarketing.com para poder conocer su caso y programar una reunión. Lo esperamos,

Dr. Jaime Otero

www.odontomarketing.com

Monserate 208 Urb. Las Gardenias SURCO Lima 33 PERÚ – (00511)256-0833 de 9:00 a 13:00 horas, (hora local)

Nuevo portal: www.dentistalima.com

Dentistalima.com es un espacio dirigido al público, que reúne a odontólogos y centros odontológicos de las diversas especialidades de la Odontología de Lima (Perú). Genera noticias del mundo dental, novedades de la Odontología y material educativo e informativo en el campo de la salud bucal, el cuidado oral y los tratamientos dentales especializados.

A la vez, aloja portales y webs dentales limeñas y datos de contacto de Cirujanos Dentistas que ofrecen sus servicios profesionales a la comunidad de Lima, el Perú y el extranjero.



¿Es Usted Odontólogo y labora en Lima? Elija alguno de los siguientes 3 planes:

PLANES:

PLAN 1:
Nombre del odontólogo
Teléfono: 1 número telefónico
Inversión: 60 nuevos soles por año incluido el IGV

PLAN 2:
Nombre del odontólogo
Numero de colegiatura
Dirección
Teléfonos: 2 número telefónico
Inversión: 90 nuevos soles por año incluido el IGV

PLAN 3:
Nombre del odontólogo
Nombres de odontólogos del staff
Números de colegiatura
Dirección
Croquis de ubicación (*)
2 fotografías (*)
Logotipo (*)
Teléfonos: números telefónicos ilimitados •
Enlace a pagina web
Resumen del curriculum vitae de odontólogos (máximo 300 palabras)
Resumen de atributos del centro dental (máximo 300 palabras)

(*) Brindado por el cliente en archivo digital en formato jpg o gif)