

dentalPRO

Nº 177 • Bimestral • maio / junho 2024
Preço de capa € 10,60 • Destinada a dentistas



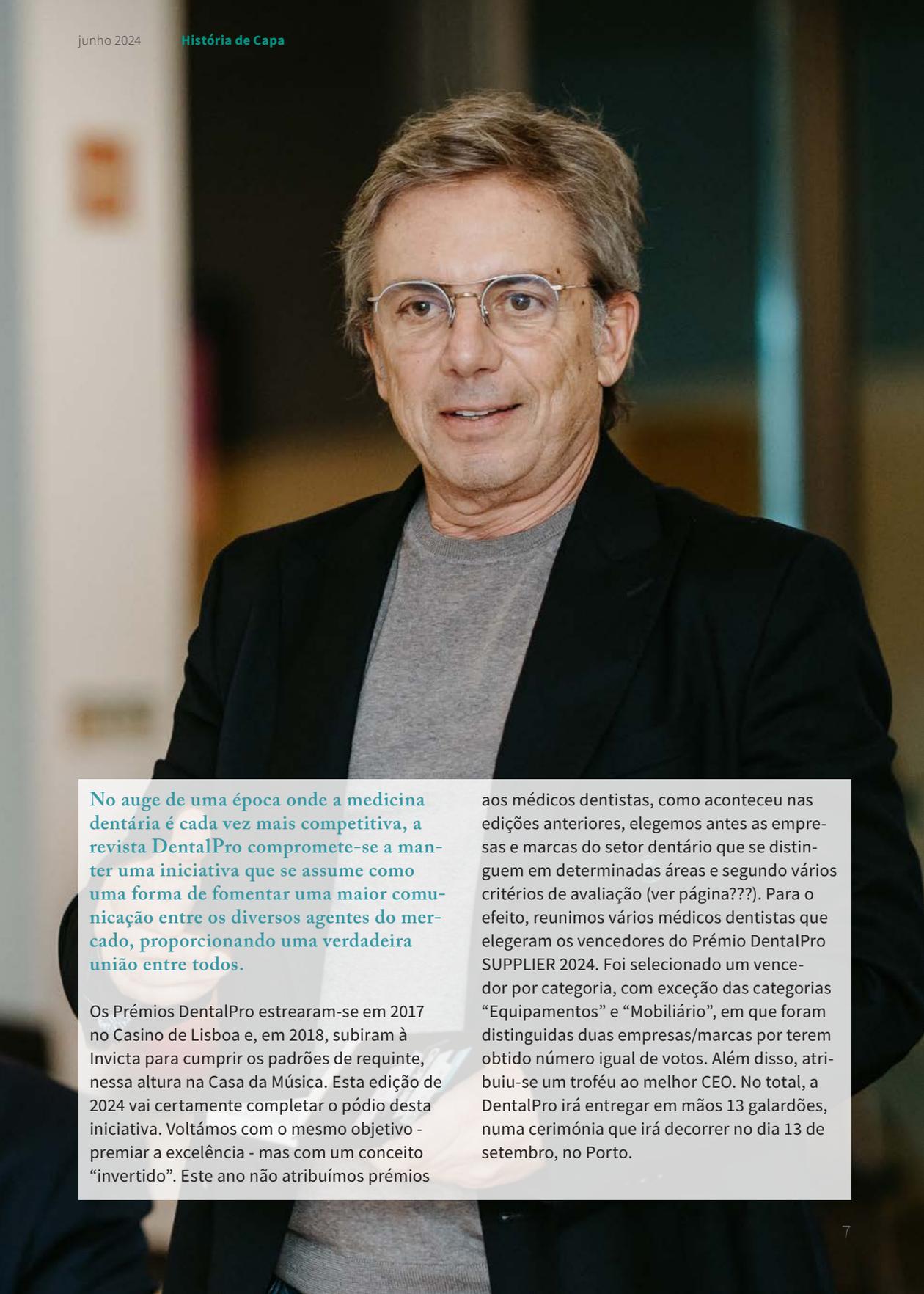
Prémios DentalPro SUPPLIER

Reunião de Júri

PRÉMIOS DENTALPRO SUPPLIER

Premiar a excelência





No auge de uma época onde a medicina dentária é cada vez mais competitiva, a revista DentalPro compromete-se a manter uma iniciativa que se assume como uma forma de fomentar uma maior comunicação entre os diversos agentes do mercado, proporcionando uma verdadeira união entre todos.

Os Prémios DentalPro estrearam-se em 2017 no Casino de Lisboa e, em 2018, subiram à Invicta para cumprir os padrões de requinte, nessa altura na Casa da Música. Esta edição de 2024 vai certamente completar o pódio desta iniciativa. Voltámos com o mesmo objetivo - premiar a excelência - mas com um conceito “invertido”. Este ano não atribuímos prémios

aos médicos dentistas, como aconteceu nas edições anteriores, elegemos antes as empresas e marcas do setor dentário que se distinguem em determinadas áreas e segundo vários critérios de avaliação (ver página??). Para o efeito, reunimos vários médicos dentistas que elegeram os vencedores do Prémio DentalPro SUPPLIER 2024. Foi selecionado um vencedor por categoria, com exceção das categorias “Equipamentos” e “Mobiliário”, em que foram distinguidas duas empresas/marcas por terem obtido número igual de votos. Além disso, atribuiu-se um troféu ao melhor CEO. No total, a DentalPro irá entregar em mãos 13 galardões, numa cerimónia que irá decorrer no dia 13 de setembro, no Porto.

Um júri de peso

Para esta iniciativa pioneira, contámos com um júri de peso, composto por alguns dos médicos dentistas mais influentes no nosso país. Foram 18 os profissionais que se juntaram no Instituto Pernambuco Porto Brasil, durante um jantar de trabalho, para elegerem as grandes vencedoras de 2024. No painel de jurados contámos, por ordem alfabética, com:



Pode encontrar mais informação sobre os jurados em premiosdentalpro.pt.



Adriano Carreira (Carreira Dental Clinic)



António Pereira (Clínica d'Avenida)



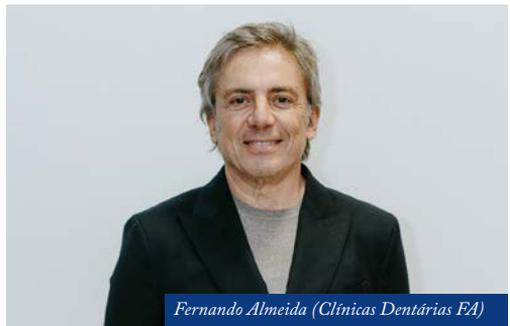
Margarida Rodrigues e António Pinhão Ferreira (Ortopóvoa)



David Alfaiate (Davallmed)



Francisco Delille (Clínica Delille)



Fernando Almeida (Clínicas Dentárias EA)





As empresas distinguidas por categoria

Medicamentos

Inibsa Laboratórios

Anne Longchambon Baudat

Higiene Oral

Fibron Health Solutions

Carlos Ribeiro

Implantes

BTI – Biotechnology Institute

Gonçalo Ferreira

Consumíveis

Dentaleader

Sílvia Costa

Software

Imaginsoft

Rui Silveira

Ortodontia

Ormco

Louis Patel

Vestuário

Cliveste

José e Cristina Maia

Mobiliário

Apex

António Ribeiro

Montellano

Rui Montellano

Serviços

TBO – Central de Compras

Henrique Mota

Equipamentos

Utrade

António Sousa

Zirkonzahn

Enrico Steger



CEO

(responsável máximo

em Portugal)

Pedro Gonçalves

MIS/Dentsply Sirona



Critérios de Votação

Inovação

Premiar as marcas/empresas que primam por apresentar novidades constantes, investimento em novas tecnologias e adaptação às novas realidades da atividade;

Transformação Digital

Premiar as marcas/empresas que incorporam tecnologias digitais em todas as suas operações, ajudando-as a dimensionarem-se e a competirem, reagindo aos mercados em mudança e servindo melhor os seus públicos;

Gestão

Premiar as marcas/empresas que possuem um sistema de gestão de boa qualidade, envolvendo administração, análise, previsão e coordenação, tanto de processos como de pessoas;

Comunicação

Premiar as marcas/empresas que primam por uma boa comunicação e assertividade, informação estruturada e bem apresentada, quer para o médico dentista quer para o paciente;

Recursos Humanos

Premiar as marcas/empresas que apostam na formação contínua dos seus colaboradores, assim como na atualização constante dos médicos dentistas;

Assistência

Premiar as marcas/empresas que primam pelo trato com o cliente final, apostando no cumprimento de prazos e na celeridade na resolução de problemas;

Responsabilidade Social

Premiar as marcas/empresas que, de forma voluntária, adotam posturas, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus públicos interno e externo.

Sustentabilidade

Premiar as marcas/empresas que adotam medidas sustentáveis na cadeia produtiva para aprimorar processos, reduzir o impacto ambiental e atrair consumidores conscientes;

Longevidade

Premiar marcas/empresas que perduram no tempo e se distinguem no mercado pela resiliência e excelência na atividade, agregando valor para toda a cadeia: colaboradores, fornecedores, clientes e pacientes.





O jantar

A chuva intensa que caiu na cidade Invicta a 8 de março não demoveu os nossos convidados. Poucos minutos depois da hora marcada, os membros do júri do Prémio DentalPro SUPPLIER entraram pelas portas do Instituto Pernambuco Porto Brasil e, após saudarem entusiasticamente os colegas de profissão, sentaram-se à mesa com o objetivo de “premiarem” as empresas e marcas do setor dentário. São os médicos dentistas que dão a cara e abrem as portas das clínicas à elevação do setor, servindo de intermediários entre fornecedores e pacientes. E, neste sentido, ninguém melhor do que eles para reconhecerem a excelência dos seus parceiros. Dinamizar a medicina dentária portuguesa e motivar os profissionais para que façam sempre mais e melhor é, portanto, o grande objetivo do Prémio DentalPro SUPPLIER.

Após a contextualização do jantar de trabalho e uma breve apresentação da Editora CódigoPro, empresa que detém a revista DentalPro, momento protagonizado pelo seu diretor, Ricardo Flamínio, cada um dos participantes

foi convidado a apresentar-se e a descrever a sua área de atuação. Além da intervenção de Ricardo Flamínio, outros membros da equipa da DentalPro puderam usar da palavra durante o jantar. Carlos Silva, account manager, deu a conhecer a TV Ativa, uma inovadora plataforma de vídeos informativos para a sala de espera das clínicas médicas. Fátima Amaral Ferreira, editora e jornalista, falou um pouco do seu percurso e aproveitou o momento para fazer uma pequena homenagem à primeira médica dentista que protagonizou uma capa da DentalPro, não estivéssemos nós reunidos no Dia Internacional da Mulher: Eunice Carrilho, que foi entrevistada em setembro de 2008, nasceu a 16 de março de 1963 em Lisboa. A sua infância e juventude conheceram inúmeras cidades, mas é em Viseu que completa o secundário. Ingressa em 1981 em Medicina na Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra (FMUC). Volvidos cinco anos muda para Medicina Dentária, seguindo para a Faculdade de Medicina Dentária da Universidade de Lisboa. Conclui a licenciatura em 1988 e regressa à



FMUC para integrar o corpo docente do recém-criado curso de Medicina Dentária. Em 2000 termina o seu doutoramento, com uma tese sobre o mercúrio nos amálgamas dentários. Acumula a sua carreira com o exercício clínico privado há cerca de 40 anos.

Feitas as apresentações, os jurados iniciaram as votações. Por meio de um Código QR, acederam à lista das empresas e marcas nomeadas e fizeram a sua seleção in loco, de forma pessoal e completamente anónima. Objetivo principal do encontro cumprido, é hora do debate. Sob a égide de três grandes temas, e com a moderação de Ricardo Flamínio, os presentes partilharam os seus pontos de vista, enquanto degustavam uma reconfortante sopa de legumes, um saboroso lombo de bacalhau em crocante de broa, acompanhado de batata a murro, e um divino bolo de chocolate com gelado de tangerina. Por altura do café, ainda se debatiam ideias e projetos para melhor impulsionar a medicina dentária.

Inteligência artificial: utilidade no dia a dia

A inteligência artificial (IA) refere-se à capacidade de as máquinas executarem tarefas que normalmente exigiriam inteligência humana. A chegada da IA ao campo da saúde oral está a abrir portas para diagnósticos mais precisos, tratamentos personalizados e uma experiência geral mais eficaz para pacientes e profissionais. Segundo a maioria dos especialistas presentes no nosso encontro, a inclusão da inteligência artificial nas clínicas pode ajudar a chegar “a diagnósticos e tratamentos mais realistas e

orientados. Ou seja, permite-nos obter melhores resultados, de forma mais simples, segura e previsível”.

Por outro lado, esta nova realidade vai impactar diretamente múltiplas profissões, as quais vão deixar de existir. “Vai haver uma quantidade grande de pessoas que vão ter de alterar a sua profissão, pois as máquinas com IA vão ser capazes de realizar esse trabalho. Neste sentido, vamos assistir a alterações sociais significativas, principalmente nos países mais desenvolvidos”. A inteligência artificial está a moldar um futuro promissor para a medicina dentária, oferecendo soluções inovadoras que melhoram tanto os resultados dos pacientes quanto a eficiência clínica. Ou seja, à medida que a IA continua a evoluir, o seu impacto na medicina dentária só irá aumentar e definir um novo padrão de cuidados orais. No entanto, é importante realçar que a IA não substituirá os profissionais de saúde, complementará sim as suas habilidades.

Estética: saber quando parar!

A crescente procura por soluções de estética na área da medicina dentária levou ao aparecimento de uma multiplicidade de técnicas disponíveis ao médico dentista, melhorando as expectativas dos pacientes na procura de dentes mais claros e perfeitos, indo de encontro aos padrões atuais de apresentação pessoal, beleza e saúde. “Há estética e estética! Vemos cada vez mais jovens a entrar nas nossas clínicas que procuram uma aparência igual à dos filtros do Instagram”, mas, na verdade, “nós somos médicos dentistas e o termo médico implica tratar e/ou prevenir





a doença. Neste sentido, devemos orientar a nossa atuação essencialmente para a doença, esse deve ser o nosso primeiro e único objetivo quando estamos a lidar com pacientes. Quando a situação se reverte e ficamos mais preocupados com a estética, estamos a negligenciar completamente a saúde do paciente e a mudar de profissão, descredibilizando-a. Passamos a ser o ‘esteticista oral’. Esta realidade pode ter repercussões muito nefastas no exercício da profissão”.

Conscientes de que o sorriso tem grande impacto a nível social e mesmo profissional, os médicos dentistas revelam que devem agir sempre como se o paciente à sua frente fosse a mãe ou o pai. E, com isso em mente, “devemos oferecer a melhor solução ao paciente, em termos estéticos, mas principalmente em termos de saúde, uma solução que seja menos invasiva e mais ponderada”. Outros profissionais adicionaram que, em relação à estética dentária, “estamos no princípio de uma era que não para mais. E o que fazemos hoje em termos de estética, ao nível da face, será completamente diferente daqui a 10 anos, com novos produtos e técnicas em constante desenvolvimento”.

Expansão de marcas: aderir ou não aderir?

“Relativamente à expansão de marcas há duas formas de analisar isto. Podemos pensar na marca como algo que nos leva a ter mais sucesso do ponto de vista económico, esquecendo tudo aquilo que nos fez ser médicos dentistas. Ou exatamente o contrário: pode ser uma consequência lógica de um trabalho bem feito, algo que cresce com base em bons princípios médicos e éticos”. As opiniões relativamente a esta questão dividiram-se entre a plateia. Por um lado, “fomos ensinados que o nosso nome é a nossa marca, que presta um serviço personalizado e de amor à arte dentária” e, por outro, “as redes de clínicas funcionam como um esquema financeiro, puro e duro, sem olhar a meios”.

Porém, relativamente ao “império” dos grandes grupos, ainda há quem tenha uma visão mais otimista. “Atualmente, a medicina está a ser gerida por grandes grupos, bem organizados e com bons profissionais nas suas equipas médicas. Os grupos irão controlar igualmente a maior parte do mercado da medicina dentária, porém serão também cada vez mais organizados e profissionais. As clínicas devem ser multidisciplinares, com médicos

dentistas altamente especializados em cada uma das suas áreas, e os grupos vão entender isso”. E acrescentam: “Apesar desta soberania das redes de clínicas, ainda vai sobrar uma fatia do mercado para as chamadas ‘clínicas de autor’, com um atendimento premium e personalizado. Ainda há muitos pacientes que procuram os médicos dentistas pela qualidade, pela ‘autoria’ e pela direção competente da clínica, sem olharem a descontos ou convenções”. Posto isto, a concorrência aos grandes grupos tem de seguir o caminho da qualidade e da excelência médica. “O mais importante é a nossa forma de estar perante o paciente. É a confiança que estabelecemos com ele. Independente da marca”.



A entrega dos galardões

A cerimónia de entrega de prémios aos vencedores ocorre a 13 de setembro, no Porto. O trabalho de excelência dos empresários portugueses vê-se assim prestigiado pelos seus parceiros e clientes, os médicos dentistas. Segundo os profissionais presentes no encontro proporcionado pela DentalPro, não só as empresas distinguidas mas também a nossa revista está de parabéns pela iniciativa. Queremos que sintam na nossa publicação um meio fidedigno de projeção do trabalho de todos os players do setor dentário. Para além da sua consistência em termos de gestão, equipa e métodos de trabalho, o valor da DentalPro reside nas pessoas que nos acompanham desde o início: os médicos dentistas que dão cor às nossas capas e os demais profissionais e empresários que atuam neste ramo e

preenchem, todos os meses, as páginas das nossas edições. Para mantermos o trabalho ímpar, e de proximidade ao setor, queremos continuar a contar convosco. Obrigado por estarem desse lado, obrigado por fazerem história connosco.

