

saludbucal

Número 9 • Septiembre - Diciembre 2011
PUBLICACIÓN PARA LA FARMACIA

DENTAID



LIMPIEZA INTERPROXIMAL
HIGIENE
TOTAL

**RELACIÓN ENTRE ENFERMEDADES
DE LAS ENCÍAS Y EL EMBARAZO**

**XEROS DENTAID, LA SOLUCIÓN
PARA LA BOCA SECA**

'MERCHANDISING' EN SU FARMACIA

DENTAID

Expertos en Salud Bucal
www.dentaid.com

Salud Bucal Dentaid

Revista de información para la Farmacia

Edita

DENTAID

Ronda Can Fatjó, 10
Parc Tecnològic del Vallès
08290 Cerdanyola (España)
Tel.: 935 80 94 94
E-mail: dentaid@dentaid.es
www.dentaid.com

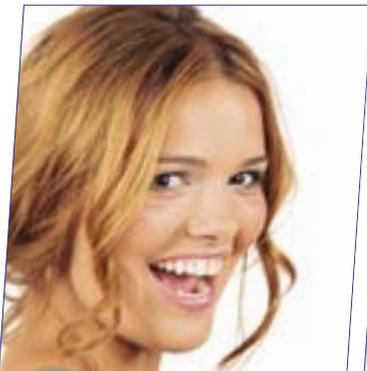
Comité de Redacción

Departamento
de Comunicación
de Dentaid

Diseño y realización

BPMO Edigrup
Guitard, 43, 1ª planta 08014 Barcelona
www.bpmoedigrup.com

Depósito legal:
B-42080-2008



CONOCIMIENTOS

LA LIMPIEZA
INTERPROXIMAL

4



SOLUCIONES DENTAID

INTERPROX®, LA GAMA MÁS
COMPLETA

6



FARMAGESTIÓN

'MERCHANDISING'

8



AL HABLA CON

DAVID ROVIRA,
FARMACÉUTICO 2.0

10

LA INFORMACIÓN SOBRE LA SALUD BUCAL SIGUE SIENDO NUESTRA PRIORIDAD

Siempre atentos a la mejora de la salud bucal que redundará en una mejora del bienestar general, en este número hablamos de la gingivitis del embarazo, una inflamación gingival que dura toda la gestación, con un marcado incremento en los dientes anteriores y en localizaciones interproximales. Esta relación entre enfermedades de las encías y embarazo, y qué recomendaciones podemos tener en cuenta, es explicada por la Sociedad Española de Periodoncia y Osteointegración.

En esta línea, profundizamos en la importancia de tratar los espacios interproximales para evitar que la placa bacteriana (biofilm dental) aparezca en la superficie de tus dientes, ya que esta zona de máxima unión entre dientes ofrece unas condiciones que favorecen su establecimiento y desarrollo.

También trataremos las causas de la boca seca o xerostomía relacionadas con los hábitos diarios o situaciones de la propia persona. Los momentos de boca seca pueden ser muy frecuentes a lo largo del día, por lo que son necesarios, aparte de una hidratación de la cavidad bucal con productos de higiene bucal diaria (pasta, colutorio, gel), otros formatos cómodos de utilizar como el spray o los chicles dentales que estimulan la secreción natural de saliva.

Enric Masdevall
Presidente de Dentaïd



DENTAID 2.0

YOUTUBE
PREMIOS ASPID
VITIS 2.0

12



PRINCIPIOS BÁSICOS

XEROS DENTAID, LA SOLUCIÓN
PARA LA BOCA SECA
NUEVO XEROS DENTAID
CHICLE DENTAL

14



COLABORACIONES

RELACIÓN ENTRE LAS
ENFERMEDADES DE LAS
ENCÍAS Y EL EMBARAZO

16



ACTUALIDAD DENTAID

NUEVO FITTYDENT SENSIBLE
INTERPROX® MINI CÓNICO
DENTAID EN EL CONGRESO
ANUAL DE LA SEPA
NUEVA PROMOCIÓN DESENSIN
'PACK' CEPILLO + PASTA 15 ML
VITIS ENCÍAS Y VITIS
ORTHODONTIC
PREMIOS VITIS Y DESENSIN
CUIDADO COMPLETO VITIS
ENCÍAS Y VITIS ORTHODONTIC

17

LA LIMPIEZA

INTERPROXI

Los términos *interproximal*, *interdental* e *interdentario* pueden intercambiarse y se refieren al espacio que se encuentra por debajo del punto de contacto de los dientes (zona de máxima unión). Esta área, llamada espacio interproximal, es ocupada por la encía y es considerada una zona “protegida” a la que es difícil acceder incluso cuando los dientes se hallan en posición normal.

Está bien documentado que la placa bacteriana (biofilm oral) es el factor etiológico primario en el desarrollo de la enfermedad periodontal crónica inflamatoria. El método más común de control de placa mecánico es el cepillado, el cual ha sido diseñado para lograr el máximo control de la placa. Su éxito se ha demostrado únicamente en la remoción de placa bucal o vestibular, lingual o palatina y superficies oclusales (zonas de masticación), pero en las superficies interproximales su acceso es limitado, por lo que para conseguir una adecuada higiene oral interproximal en la mayoría de los casos es necesario penetrar entre los dientes adyacentes.

Las áreas interproximales, especialmente las posteriores, son las menos accesibles (Asadoorian, 2006), pero las lesiones periodontales, gingivales y las caries predominan en estas zonas (Galgut, 1991). Por tanto, para conseguir una buena salud bucal (Lindhe, 2008) es muy importante asegurar la eliminación de la placa interdental.

En individuos jóvenes en los cuales la encía interdental (papila) llena todo el espacio interproximal, la seda/cinta dental es la única herramienta que puede alcanzar esta área (Schmage et al., 1999), así como los espacios interproximales pequeños de los dientes ubicados en la



MAL

zona anterior de la boca. El uso de la seda/cinta dental como método para remover la placa interdental es la técnica que ha recibido más atención. Pero cuando la placa retrocede, el espacio interproximal se incrementa. Es en estos casos en los que se recomiendan los cepillos interproximales.

Los cepillos interproximales

Los cepillos interproximales son frecuentemente recomendados en pacientes con suficiente espacio entre sus dientes, así como premolares y molares, ya que presentan un espacio interproximal más grande y accesible. Se recomiendan cepillos que presenten filamentos suaves de Tynex®, trenzado con un fino alambre de acero inoxidable plastificado para no resultar molesto en los pacientes, sobre todo en los que tienen superficies radiculares sensibles. La forma del cepillo interproximal puede ser cilíndrica y cónica (como un árbol de Navidad). Es importante que la longitud de los filamentos en sentido transversal se adapte al espacio interproximal para que la limpieza se realice mediante un movimiento de vaivén. También se

pueden usar como aplicadores de sustancias antimicrobianas, por ejemplo para aplicar un gel de clorhexidina o de CPC (Cloruro de Cetilpiridinio), que previene caries o inflamación. El cepillo tendrá que ser descartado cuando sus filamentos se aflojen o se deformen.

El sangrado gingival durante la limpieza interproximal puede ser producto de un traumatismo o indicio de inflamación. Los pacientes deben saber que el sangrado no es signo de que hay que evitar la limpieza interproximal sino más bien lo contrario, ya que indica la presencia de una inflamación que deber ser tratada.

Es importante destacar que los métodos más actuales de limpieza interproximal están limitados en su efectividad por la habilidad y motivación o compromiso de los pacientes más que por el propio método (Warren et al., 1996). No todos los elementos de limpieza interproximal son aptos para todos los pacientes o todos los tipos de dentición.

El objetivo de los programas de higiene oral modernos debería tener un mayor énfasis en las áreas interproximales de la dentición de sus pacientes

Las diversas técnicas de limpieza interproximal abarcan desde el uso de la seda y la cinta interdental, hasta los cepillos interproximales y el empleo de elementos eléctricos auxiliares como los irrigadores bucales, que utilizan un sistema de irrigación pulsátil de eficacia demostrada. El objetivo de los programas de higiene oral modernos debería tener un mayor énfasis en las áreas interproximales de la dentición de sus pacientes.

Departamento Médico de Dentaid

Bibliografía

- Asadoorian J, Flossing. "Canadian dental hygienist association position statement". *CJDH* 2006; 40:1-10.
- Galgut PN. "The need for interdental cleaning". *Dent Health* (London) 1991; 30: 8-11.
- Lindhe. *Periodontología Clínica e Implantología Odontológica*. Quinta edición. Tomo 2. Editorial Panamericana Médica 2009. Pág.: 714-716.
- Schmage P, Platzer U, Nergiz I. "Comparison between manual and mechanical methods of interproximal hygiene". *Quintessence Int*. 1999, 30:535-539.
- Fischman SL. "The history of oral hygiene products products: how far have we come in 6000 years?". *Periodontology* 2000 1997; 15: 7-14.
- Warren PR, Chater BV. "An overview of established interdental cleaning methods". *J Clin Dent* 1996; 7: 65-69.
- Hoenderdos NL, Slot DE, Paraskevas S, van der Weijden GA. "The efficacy of woodsticks on plaque and gingival inflammation: a systematic review". *Int J Dent Hygiene* 6; 2008; 280-289.
- Slot DE, Dörfer CE, van der Weijden GA. "The efficacy of interdental brushes on plaque and parameters of periodontal inflammation: a systematic review". *Int J Dent Hygiene* 6; 2008; 253-264.
- Berchier CE, Slot DE, Haps S, van der Weijden GA. "The efficacy of dental floss in addition to toothbrush on plaque and parameters of gingival inflammation: a systematic review". *Int J Dent Hygiene* 6; 2008; 265-279.



INTERPROX®

LA GAMA MÁS COMPLETA

PARA TODOS LOS ESPACIOS INTERPROXIMALES

El área interproximal ofrece unas condiciones que favorecen el establecimiento y el desarrollo de la placa bacteriana (biofilm oral), por ello se debe tener un especial cuidado para eliminarla al máximo en estas zonas.

La placa bacteriana (biofilm oral) es una capa incolora que se adhiere a la superficie de los dientes, al margen de las encías y a los espacios interproximales.

Es importante eliminarla al máximo, ya que su acumulación es la principal causa de gingivitis que puede derivar en periodontitis y, además, favorece el desarrollo de caries.

Los cepillos INTERPROX® permiten limpiar eficazmente los espacios interproximales, eliminando al máximo la placa bacteriana (biofilm oral) acumulada en los espacios entre los dientes, en los aparatos de ortodoncia y alrededor de implantes y prótesis fijas.

Poseen filamentos de Tynex® de alta calidad, blancos y negros, que permiten detectar puntos de sangrado y zonas con placa bacteriana, respectivamente. El alambre de acero inoxidable está recubierto de material de plástico

para proteger las encías y el esmalte, respetar los implantes sin dañarlos y no producir sensibilidad. Además, está perfectamente sujeto al cuerpo del cepillo, aumentando así su resistencia y durabilidad. Los cepillos INTERPROX® también poseen un capuchón protector que permite mantener una óptima higiene en el transcurso de su uso.

La gama más amplia

La gama INTERPROX® cuenta con una amplia variedad de cepillos y formatos que se adaptan perfectamente a todos los espacios interproximales y a todas las necesidades de los usuarios.

Los cepillos INTERPROX® poseen un mango flexible y con forma recta que permite un fácil acceso a los espacios interproximales de la parte frontal de la boca. Además, su capuchón protector se puede acoplar en el mango, alargando así el cepillo y facilitando el acceso a otras zonas de la boca.



MPLETA

máxima resistencia,
calidad, flexibilidad
y comodidad



Los cepillos **INTERPROX® PLUS** poseen el cabezal en forma de ángulo para acceder fácilmente a los espacios interproximales de la zona de los premolares, ya que la entrada es perpendicular y no causa molestias ni heridas en las encías. Además, su práctico envase multiusos mantiene unas condiciones de higiene óptimas para conservar los cepillos.

Los cepillos **INTERPROX® ACCESS**, gracias a su cabezal en forma de ángulo y a la largura de su mango, acceden fácilmente a los espacios interproximales de la zona más posterior de la boca. La entrada a los espacios es perpendicular y no causa molestias ni heridas en las encías.

El gel **INTERPROX®** se ha desarrollado para un máximo cuidado de los espacios interproximales, ya que actúa como coadyuvante en la prevención y control de problemas periodontales y de caries, gracias a su composición con CPC (Cloruro de Cetilpiridinio).

	nano	super micro	micro	mini cónico	mini	cónico cilíndrico	maxi
Espacios interdentales	•	•	•	•	•	•	•
PHD* (mm)	0,6	0,7	0,9	1,0	1,1	1,3	2,1
TALLA	ISO 0	ISO 1	ISO 2	ISO 2	ISO 3	ISO 4	ISO 6
				NUEVO			

*PHD: passage hole diameter
(espacio interdental más pequeño donde puede introducirse el cepillo interdental)

'MERCHANDISING'

OBTENGA EL MÁXIMO PARTIDO DE SU FARMACIA

Hoy en día, la competitividad en las farmacias está conformada por una serie de factores estratégicos que están por encima de los productos y servicios que en ellas se ofrecen.



Farmacia Villafarma
Pontevedra



Farmacia José Dopazo
Vigo



Farmacia Clapés Billoch
Barcelona

Las farmacias deben distinguirse de la competencia, llamar la atención de los consumidores y despertar su interés. En esta dirección, las herramientas y técnicas del *merchandising* se hacen más necesarias que nunca.

Entendemos por *merchandising* la acción intermedia entre la llegada del producto a la farmacia y el acto de compra por parte del consumidor. Comprende técnicas relacionadas con la presentación, la rotación y la rentabilidad, y engloba acciones llevadas a cabo para colocar los productos a disposición del consumidor, consiguiendo aumentar las ventas.

Porque la diferencia está en su farmacia y sabemos que su éxito es también el nuestro

El *merchandising* no actúa solamente a la hora de presentar el producto en sí, sino que aporta un valor añadido a la farmacia en cuanto al diseño de la misma, atrayendo a los consumidores a zonas diferenciadas.

Puntos fríos y puntos calientes

Los compradores tienen una tendencia natural que les hace actuar de una forma determinada dentro del punto de venta. De este modo, se crean los denominados puntos fríos y puntos calientes.

- Puntos calientes: son los lugares más atractivos para los clientes dentro del local. Podemos destacar dos tipos:
 - Puntos calientes naturales: se relacionan con la propia arquitectura de la tienda, el mobiliario, las colas de pago...
 - Puntos calientes artificiales: han sido creados mediante distintas técnicas: iluminación, decoración, carteles publicitarios...
- Puntos fríos: son aquellas zonas que menos llaman la atención, ya sea por la implantación inadecuada de estanterías y productos, por la incorrecta orientación de la circulación de los clientes o, simplemente, por ser las zonas situadas cerca de la entrada.

En este apartado nos encontramos con una de las labores más importantes del *merchandising*: eliminar esos puntos fríos para convertirlos en puntos calientes. Existen varias técnicas para llevar a cabo este cambio y conseguir llamar la atención, tanto en el interior como en el exterior del local.



SIGUE INNOVANDO PARA ESTAR MÁS CERCA DE TI Y DE TUS CLIENTES



Farmacia Carmen Montes
Gijón

Los productos **VITIS** están pensados para dar la respuesta más personalizada y eficaz a las necesidades de todos tus clientes.

Y ahora seguimos innovando con un **nuevo diseño** de los envases que clarifica las 3 gamas de producto (cuidado **integral** diario, cuidado **extra** diario y situaciones **específicas**) y comunica de forma más clara los distintos beneficios.

- Identificación de los productos más fácil.
- Labor de recomendación más sencilla.

Interior:

- Situar productos básicos en zonas frías.
- Iluminar más intensamente esas zonas.
- Realizar promociones de forma regular.
- Utilizar materiales novedosos e impactantes que llamen la atención.
- Mostrar los productos ordenadamente para facilitar el acto de compra.

Exterior:

- Rótulos que permiten identificar el establecimiento, inviten a entrar y muestren las promociones llevadas a cabo.
- El escaparate deberá caracterizarse por la sencillez, incorporando imágenes frescas y optimistas que consigan la identificación del consumidor.
- Se recomienda no sobrepasar los 15 días sin variar un escaparate y adecuarlo a los diferentes eventos estacionales.
- Para conseguir unos buenos resultados también hay que tener en cuenta la gestión del surtido, a partir de la profundidad y la coherencia de las distintas categorías y subcategorías ofrecidas agrupadas según su finalidad o clasificación terapéutica.



Próximamente

La más amplia y especializada gama de cepillos, pastas dentífricas, colutorios, cintas y sedas dentales que mejor se adapta a cada boca, en cada momento.

DAVID ROVIRA, FARMACÉUTICO 2.0

David Rovira es farmacéutico de oficina de farmacia con inquietudes en gestión y marketing, y pionero en la comunicación 2.0 en el sector farmacia. En esta entrevista nos cuenta su experiencia personal con las redes sociales y el trabajo de asesoramiento que está realizando en el Colegio de Farmacéuticos de Tarragona para posicionarse en las redes sociales.



¿Cuál es la experiencia de tus farmacias en el entorno 2.0?

Nuestra experiencia en las redes sociales es relativamente nueva y corta. Empezamos en verano del año pasado con algunos movimientos y poco a poco hemos ido realizando pequeñas acciones, algunas puntuales, centradas siempre en la difusión de la salud y lo que la farmacia puede aportar dentro del entorno 2.0. Nuestro objetivo es aconsejar con recomendaciones básicas a la población. Por otro lado, intentamos apoyar las acciones comerciales a través de la comunicación 2.0. Un ejemplo de este trabajo es una campaña desarrollada junto a Dentaïd en febrero de este año.

¿Con qué objetivos se pusieron en marcha estas iniciativas?

Nuestra estrategia en las redes sociales no es comercializar, sino difundir la sanidad dentro de un sistema de comunicación cada vez más utilizado por todos.

De las iniciativas planteadas, ¿cuáles son las que están dando mejores resultados?

El entorno 2.0 me ayuda a que los clientes y los pacientes que tengo en la farmacia puedan estar más en contacto conmigo. Les ofrezco otra vía de comunicación para relacionarnos. Como he comentado antes, una de las acciones que mejor ha funcionado ha sido una formación sobre salud bucal cuya campaña de marketing se realizó a través del 2.0 con Dentaïd. Habitualmente realizo formaciones con el mismo grupo de personas (unas 70-75), con el que planteamos esta acción; pero ese día vinieron más de 100. Era curioso ver cómo las madres les decían a las hijas

que miraran en Internet porque en la farmacia les habían dicho que harían una charla sobre higiene bucal.

¿Por dónde recomiendas empezar a un farmacéutico que quiera iniciarse en el mundo de las redes sociales?

El primer paso que debe hacer un profesional es saber exactamente lo que quiere comunicar y cuál es su estilo de comunicación: comercial o profesional. Si entras en las redes sociales sin saber lo que quieres, a los dos días no serás nadie. Cuesta mucho hacerse un nombre y que la gente confíe en ti. Al final, el entorno 2.0 sirve para ir conociendo a gente, trabajar con ella y forjar una relación estable. Nosotros desde el principio optamos por el sistema profesional y no por el comercial. Pero cada uno tiene que hacer su camino.

También colaboras con el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Tarragona (COF). ¿Hacia dónde se dirige su posicionamiento en los 'social media'?

La del Colegio de Farmacéuticos ha sido y sigue siendo una experiencia muy buena. Ellos tenían un plan estratégico de comunicación 2.0 y nosotros les ayudamos a empezar. Un organismo oficial tiene que responder profesionalmente por todo un colectivo, y es por eso que tiene que trabajar mucho más despacio. También ayudamos al Colegio a identificar asociaciones con las que debe estar en contacto para resolver consultas sobre la salud del consumidor, ya que como profesionales de la sanidad tenemos que garantizar la información que damos. Al buscar información sobre salud en Internet nos encontramos



con muchos contenidos pero no todos son fiables, y nosotros debemos ser un referente en el sector, porque nuestra información es correcta y está verificada. En diferentes congresos sobre salud, el 2.0 es uno de los principales temas a tratar. De forma que

un trabajo bien hecho en comunicación online. Además, el COF no está en el centro de la provincia y no todos los farmacéuticos pueden ir a las reuniones de trabajo que se hacen; pero gracias a Internet podemos estar unidos e informa-

“Debemos ser un referente en el sector, porque nuestra información es correcta, está verificada y estamos preparados para convertirnos en los responsables de la salud en la red”

hay que tener muy presente que debemos convertirnos en los responsables de la salud en la red.

Pienso que hay que felicitarles porque hay pocos Colegios dispuestos a hacer el esfuerzo que están haciendo ellos: reunir a los farmacéuticos y la sanidad y hacer

dos sin importar las distancias. En este sentido, el COF tiene que posicionarse y ser una vía de comunicación para todos los farmacéuticos. El entorno 2.0 va a permitir que todos los farmacéuticos, como grupo, podamos trabajar juntos, sin que la localización y la geografía sea un impedimento.

YouTube

EL SEGUNDO BUSCADOR MÁS UTILIZADO DEL MUNDO



YouTube apareció en Internet hacia el año 2005 con la idea de ser un espacio donde compartir vídeos de una manera rápida y sencilla y de fácil acceso a todo el mundo. Cinco años después, en 2010, esta plataforma obtuvo más de 700 mil millones de reproducciones.

Qué es YouTube:

- Un espacio donde compartir vídeos de manera rápida y sencilla.
- Una plataforma donde interactuar con contenido multimedia.
- Un lugar donde poder suscribirse a canales profesionales con información específica.

¿Qué hace Dentaide en YouTube?

Dentaide, como experto en salud bucal, quiere acercar su experiencia y su ciencia a través de todos los medios, y por lo tanto tenía que estar en YouTube para poder mostrar, de una manera gráfica, toda la labor que desarrolla tanto en investigación como en formación.

En DentaideTube, el canal propio de Dentaide, los usuarios podrán encontrar una serie de

vídeos que pretenden mostrar la importancia de una buena salud bucal con vídeos educativos que explican cómo cepillarse los dientes o qué cepillos son los más indicados para cada situación. Pero además, también se encuentran vídeos destinados a investigación y a profesionales que muestran los avances tecnológicos que la compañía desarrolla constantemente.

Asimismo, en nuestro canal, se pueden encontrar vídeos para dar a conocer a Dentaide como compañía, o entrevistas con las principales personalidades del sector odontológico hablando de la actualidad o de los eventos que se dan en el mundo de la salud bucal. Con contenidos actualizados periódicamente, odontólogos, higienistas dentales y farmacéuticos tienen cabida en nuestro canal, ya que nuestra labor por fomentar la higiene bucal tiene en nuestros prescriptores la máxima relevancia.



¿Te atreves a darle al Play?

DENTAID GANA DOS PREMIOS ASPID

Dentaide da un paso más como pionera en las redes sociales y se alza con el Aspid a la mejor campaña en redes sociales destinada a profesionales.

Con su presencia en Facebook, Twitter, YouTube, Slideshare, Flickr, LinkedIn y Picasa, Dentaide se posiciona como precursor en la difusión de información a profesionales del sector odontológico y farmacéutico, reafirmado con este galardón obtenido en los Premios Aspid 2011.

Asimismo, Dentaide ganó un Aspid de Plata en la categoría de "Campañas dirigidas al público o pacientes". Se trata de una campaña integral denominada 'VITIS. Porque la diferencia está en tu boca', cuyo objetivo es transmitir los valores de especialización, de innovación, de cercanía y de gama a los diferentes 'targets' de VITIS. Para ello se crearon diferentes acciones, online y offline, dirigidas principalmente al consumidor.

5 razones para conocer DentaideTube

1. Ver y compartir vídeos educativos para mejorar la higiene bucal.
2. Tener acceso directo a entrevistas.
3. Disponer de toda la actualidad en cuanto a innovación y tecnología desarrollada por la compañía.
4. Acceso a los resúmenes de los principales eventos y ponencias del sector.
5. Acceso rápido y fácil al material multimedia corporativo de Dentaide.



VITIS

DA EL SALTO A LA RED

Para estar más cerca del consumidor, nada mejor que situarse allí donde se encuentra: también en el ciberespacio.

Que Internet llegó para quedarse ya no lo discute nadie. ¿Acaso alguien se imagina la vida sin Internet? Consultamos las noticias en el ordenador, compartimos fotos, nos informamos de las vivencias de nuestros amigos, escuchamos música y vemos películas... ¡Hoy todo está en la red!

VITIS no podía ser menos y por eso recientemente ha puesto en marcha una variada presencia digital. Gracias a los recursos de la web 2.0 podemos aconsejar al consumidor y hacerle más fácil la elección de los productos, además de escucharle y conversar con él.

En primer lugar, con una completa página web: www.vitis.es. Es un espacio donde se puede encontrar toda la información sobre los cepillos, las pastas, los colutorios y las cintas y sedas dentales de la marca.

Un sencillo test interactivo permite descubrir el producto VITIS que mejor se adapta a cada persona

Un sencillo test interactivo permite descubrir el producto VITIS que mejor se adapta a cada persona. El test lleva al usuario de la mano hasta el producto que corresponde a su necesidad específica y personal, recordando que todos somos diferentes y que VITIS tiene la respuesta adecuada para



cada boca. También se puede consultar un completo glosario con las definiciones de las palabras más comunes en salud bucodental, desde *abrasión* hasta *xerostomía*, todas las dudas quedan resueltas. En la sección *Cuida tu boca*, los expertos de Dentaaid explican mediante vídeos la forma correcta de cuidar la boca. Y en *Promociones* se dan a conocer los regalos y sorteos en curso, para incentivar la visita y la compra en las farmacias.

Un blog siempre a la última

VITIS también ha inaugurado recientemente el blog www.bocasvitis.com con las propuestas más novedosas acerca de distintas temáticas relacionadas con la boca:

- **A pedir de boca:** propuestas gastronómicas y originales restaurantes.

- **Boquitas de piñón:** consejos de seducción para sorprender y ser sorprendido.
- **Con la boca abierta:** noticias curiosas sobre la voz y la boca.
- **De boca en boca:** las novedades culturales más destacadas.

¿Y en Facebook?

VITIS también tiene presencia en la red social más popular. La nueva página de Facebook de la marca es un espacio de relación donde los consumidores pueden estar al día de las últimas promociones, actualizaciones del blog, consejos sobre salud bucodental y propuestas variadas para todos los gustos y bocas.

¡Gracias por visitarnos!

XEROS DENTAID

LA SOLUCIÓN PARA LA BOCA SECA

La boca seca o xerostomía es la sensación subjetiva de sequedad bucal por la disminución de saliva provocada por un mal funcionamiento de las glándulas salivales.

La saliva es necesaria para el correcto funcionamiento de la cavidad bucal, ya que mantiene los tejidos orales lubricados, húmedos y protegidos. Además, facilita el habla y es necesaria para que se puedan llevar a cabo otras funciones como la formación del bolo digestivo, la masticación y la deglución. Un gran número de personas tiene la boca seca, aunque muchas de ellas piensan que en la farmacia no pueden encontrar la solución.

Las causas de la boca seca o xerostomía son muy variadas y suelen estar relacionadas con los hábitos diarios o situaciones de la propia persona.

Las principales causas son:

- **Hablar en público:** aumenta la necesidad de salivación para ayudar a la vocalización de las palabras.
- **Ausencia de dientes:** existe una disminución de estímulos en la boca provocando menor producción de saliva.
- **Estrés, ansiedad y depresión:** afectan al sistema nervioso central y por ello a las glándulas de todo el cuerpo, como las glándulas salivales.

- **Dieta desequilibrada:** el exceso de hidratos de carbono y el déficit de frutas y verduras provocan una alteración en la producción de saliva.
- **Edad avanzada:** atrofia de las células de las glándulas salivales.
- **Consumo de medicamentos:** existen más de 400 fármacos que producen boca seca, antihipertensivos, antihistamínicos, antidepresivos, etc.

1 de cada 2 personas que entra en la farmacia afirma que tiene la boca seca*

- **Tabaco /Alcohol:** afecta a los estímulos que llegan a las glándulas salivales.
- **Enfermedades sistémicas** (síndrome de Sjögren, diabetes): pueden desequilibrar el funcionamiento de las glándulas salivales.
- **Radioterapia y quimioterapia:** tratamientos oncológicos que atrofian las glándulas mucosas.

*Fuente n=981 consumidores de farmacia



Hidrata la cavidad bucal

GEL HUMECTANTE 50 ML

Para personas que necesiten una mayor humectación

PASTA DENTÍFRICA 75 ML Y COLUTORIO 500 ML

Para el cuidado diario en personas con la boca seca





XEROS DENTAID

Xeros dentaïd ofrece a los pacientes una gama completa para una máxima hidratación y cuidado para la boca seca. Gracias a su sistema completo que hidrata la cavidad bucal y estimula la secreción natural de saliva, Xeros dentaïd consigue mejorar la calidad de vida de las personas con xerostomía.

Los momentos de boca seca pueden ser muy frecuentes a lo largo de todo el día, por lo que son necesarios, aparte de una hidratación de la cavidad bucal con productos de higiene bucal diaria (pasta, colutorio, gel), formatos cómodos de utilizar como el nuevo Xeros dentaïd Chicle Dental.

Xeros dentaïd Chicle Dental estimula la secreción natural de saliva:

- Por su formulación con ácido málico y xylitol.
- Por la función masticatoria: al masticar se activan las glándulas salivales y aumenta el flujo de saliva en la boca.

Gracias a su sistema tampón se mantiene el pH adecuado, evitando la erosión del esmalte dental.

Estimula la secreción natural de saliva



SPRAY 15 ML



COMPRIMIDOS 90 U

CHICLE DENTAL
GRAGEAS 20 U
SABOR MANZANA-MENTA



Formatos de cómoda aplicación fuera de casa



Hábitos diarios para personas con la boca seca

- Llevar a cabo una rigurosa higiene bucal diaria (evitar colutorios con alcohol).
- Beber frecuentemente pequeños sorbos de agua a lo largo del día.
- Humedecer los labios.
- Evitar alimentos secos, pegajosos, picantes, ácidos, salados o a temperaturas extremas, así como productos irritantes (café, alcohol o refrescos con cafeína).
- Consumir alimentos favorables, como quesos curados, vegetales y frutas, que aumenten la salivación y favorezcan la remineralización dental por su contenido en calcio y fosfato.



LA RELACIÓN ENTRE ENFERMEDADES DE LAS ENCÍAS Y EL EMBARAZO

La mujer, por razones hormonales, tiene periodos más susceptibles a la inflamación y a las enfermedades periodontales: pubertad, toma de anticonceptivos hormonales, embarazo y menopausia.

Existen dos grandes grupos de enfermedades periodontales. Cuando afecta únicamente la encía, causando un proceso inflamatorio reversible, se denomina gingivitis. Si la gingivitis se mantiene mucho tiempo y además se dan otros factores (genéticos, ambientales, locales...), se inicia la periodontitis, en la que, además de la inflama-

La inflamación de las encías aumenta durante el embarazo y desaparece tras el parto

ción de la encía ya mencionada, se produce una destrucción más profunda que afecta a los otros tejidos del periodonto, es decir, el hueso alveolar, el cemento del diente y el ligamento periodontal.

La inflamación de las encías durante el embarazo se conoce como gingivitis gravídica. La prevalencia de la gingivitis gravídica varía entre el 36% y el 100%

según los estudios; sin embargo, desciende al 0,03% en embarazos que se inician con la encía sana. Por este motivo es recomendable la evaluación de la situación de las encías y su tratamiento, si procede, antes del embarazo. La gingivitis de la embarazada está propiciada por las alteraciones en los niveles hormonales que afectan a los vasos sanguíneos de las encías, al funcionamiento de las células del periodonto, a las bacterias de la placa y al sistema inmune local. Si no se realiza la prevención adecuada y se produce gingivitis del embarazo, se puede producir inflamación gingival durante todo el embarazo, con un marcado incremento en los dientes anteriores y en localizaciones interproximales. Tres meses tras el parto la encía suele volver a la situación inicial. Durante el embarazo también se ha descrito la aparición del granuloma gravídico, conocido como tumor del embarazo. Es una reacción inflamatoria proliferativa fibrovascular exagerada con relación a un estímulo ordinario localizada fundamentalmente en la encía. Se describe como una

Recomendaciones

Una adecuada técnica de higiene oral (cepillo dental, cepillos interproximales y/o seda dental) es fundamental no solo para reducir los niveles de inflamación a nivel gingival, sino para prevenir la aparición de posibles efectos adversos del embarazo (parto prematuro o bajo peso en el nacimiento).

Por otro lado, la visita al periodoncista durante el embarazo permite prevenir, así como identificar y tratar, los signos y síntomas de la gingivitis gravídica en el caso de que fuera necesario.

masa localizada roja o roja-amorata, nodular o ulcerada, que sangra fácilmente y que aparece frecuentemente en mujeres (0,5-5%) en torno al segundo trimestre de embarazo y crece a lo largo del mismo, alcanzando un tamaño que no suele superar los 2 cm. Si la mujer embarazada tiene gingivitis o periodontitis, presenta mayor riesgo de tener un parto prematuro o un bebé de bajo peso al nacer.

Con la colaboración de:



www.sepa.es
www.cuidatusencias.es



NUEVO FITTYDENT SENSIBLE ADHESIVO



El sistema completo para el cuidado de prótesis dentales Fittydent ha desarrollado un nuevo producto formulado especialmente para personas con encías delicadas: **Fittydent Sensible Adhesivo**, a la vez que garantiza una fijación segura y duradera.

Fittydent Sensible es un adhesivo con fórmula patentada, el único resistente al agua, que combate los problemas relacionados con las irritaciones de las encías que aparecen al usar prótesis dentales mal ajustadas.

Fittydent Sensible Adhesivo proporcionará a sus clientes una fijación segura y duradera durante todo el día, impidiendo el deslizamiento de la dentadura y evitando que la mucosa se irrite por el roce entre la prótesis y la encía.

La combinación única de ingredientes de **Fittydent Sensible** ofrece una triple acción:

- **Aloe Vera:** fortalece, calma y cicatriza la encía.
- **Mirra:** alivia las irritaciones y reduce la inflamación de la encía.
- **Efecto adhesivo PVA:** impide el deslizamiento de la dentadura, evitando que la mucosa se irrite por el roce entre la prótesis y la encía.

Fittydent Sensible calma, cicatriza y reduce la inflamación de la encía.

Para más información: www.dentaid.com

NUEVO INTERPROX® MINI CÓNICO

INTERPROX®, la más amplia gama de cepillos interproximales que se adapta a todos los espacios, lanza 2 nuevos cepillos:

- INTERPROX® mini cónico
- INTERPROX® plus mini cónico

Los cepillos INTERPROX® se caracterizan por su máxima calidad, resistencia y flexibilidad. Además, todos los cepillos INTERPROX® cumplen rigurosamente la normativa ISO 16.409 (norma internacional de los cepillos interdentes). En base a esta normativa se comprueba la talla del cepillo, la retención de los filamentos y la durabilidad del cepillo, lo que asegura la máxima calidad.

Existen 3 formatos donde elegir: gama INTERPROX® (cepillos rectos), gama INTERPROX® Plus (cabezal en ángulo) y gama INTERPROX® Access (cabezal en ángulo y mango largo).



DENTAID PRESENTE EN EL CONGRESO ANUAL DE LA SEPA



Dentaïd participó en la XLV Reunión Anual de la Sociedad Española de Periodoncia y Osteointegración (SEPA), celebrada en Oviedo los pasados 26, 27 y 28 de mayo. Además de contar con un stand, patrocinó las conferencias *Formación de biofilm en superficies de hidroxiapatita y titanio: un análisis comparativo*, del Dr. Rubén León y la Dra. Vanessa Blanc (responsables del departamento de I+D de DENTAID), y la del Dr. Tord Berglundh y del Dr. Jürgen Becker, *Excelencia en el tratamiento de la periimplantitis*.

Además, también tuvo lugar la primera Reunión SEPA de Higiene Bucodental, dirigida a higienistas dentales. En ella, colaboramos con sesiones de formación como *Manejo psicológico del paciente conflictivo* o patrocinando la ponencia *Excelencia en raspado y alisado radicular*.

Con este tipo de acciones Dentaïd refuerza su liderazgo en el mundo de la periodoncia.

NUEVA PROMOCIÓN DESENSIN



La sensibilidad dental es la sensación dolorosa causada por estímulos externos como el frío, el calor, el ácido y/o la presión táctil. Para tratar los problemas de sensibilidad dental se recomienda el uso diario de productos de higiene bucal desensibilizantes de baja abrasión.

Desensin, la solución para los dientes sensibles, ofrece a sus consumidores, con Desensin Plus, un efecto desensibilizante, a la vez que protege dientes y encías por su formulación específica. Actualmente en la farmacia los usuarios más fieles pueden beneficiarse de una promoción de dos pastas dentífricas Desensin Plus, donde se les obsequia con 50 ml de pasta, y además se incluye un colutorio de viaje para que puedan comprobar los beneficios de un tratamiento completo con Desensin.

'PACK' CEPILLO + PASTA 15 ML DE VITIS ENCÍAS Y VITIS ORTHODONTIC

Por la compra de un cepillo VITIS encías, VITIS orthodontic o VITIS orthodontic access, se obsequia al consumidor con una pasta de 15 ml formato de viaje. En el pack, el consumidor encontrará información de las ventajas de toda la gama VITIS encías y VITIS orthodontic.





CUIDADO COMPLETO

VITIS ENCÍAS Y VITIS ORTHODONTIC

A partir del mes de septiembre, las farmacias y parafarmacias podrán ofrecer las soluciones completas VITIS encías y VITIS orthodontic para aquellas personas con encías delicadas y portadores de aparatos de ortodoncia. El pack completo incluye una pasta dentífrica de 100 ml y un colutorio bucal de 500 ml.

VITIS encías

La pasta dentífrica VITIS encías está formulada especialmente para prevenir y ayudar a tratar la inflamación y el sangrado de encías por gingivitis. Indicada para personas con las encías delicadas: elimina los problemas leves o moderados manteniéndolas en buen estado. VITIS

encías colutorio complementa la acción de la pasta, llegando a los lugares de difícil acceso y permite mantener los principios activos más tiempo en la boca.

VITIS orthodontic

La pasta dentífrica VITIS orthodontic posee una textura especialmente formulada para favorecer un rápido acceso entre los espacios de la ortodoncia. Su uso diario permite disfrutar de una boca limpia y sana durante el tratamiento ortodóntico. El colutorio está formulado para complementar la higiene bucal en portadores de ortodoncia y puede acceder a las zonas difíciles de alcanzar con el cepillado, asegurando el cuidado integral de boca, dientes y encías.

¡REPARTIDO EL PRIMER PREMIO DE

6.000 €

DE LA PROMOCIÓN VITIS Y DESENSIN!

Esta promoción de VITIS y Desensin que lleva en marcha desde enero ha repartido 4 premios de 1.000 € y en el pasado mes de mayo se realizó el sorteo de 6.000 € ante notario. Los premios mensuales se han repartido en las provincias de Vigo, Madrid y Jaén, y el afortunado del mayor premio de 6.000 € ha sido el Sr. Óscar Ibernón, de Montequinto (Sevilla).



Todavía quedan
por repartir 9.000 €

¡Uno de los clientes
de tu farmacia puede
ser el afortunado!



GRACIAS AL CONSEJO DE LA FARMACIA SE MEJORA LA SALUD BUCAL

Acercar la salud bucodental a toda la sociedad es nuestro compromiso.
Conseguirlo de la mano de los profesionales es nuestra razón de ser.



Expertos en Salud Bucal
www.dentaid.com