



Productos que no les pueden faltar a los dentistas

Observaciones clínicas de Gordon: Sabemos que hay productos en su consulta que son indispensables para usted, que usa todos los días y que cuenta con ellos. En una encuesta reciente de CR, se identificó este tipo de productos. ¿Qué sucedería si esos productos dejaran de estar disponibles y no tuvieran sustitutos en el mercado? Es posible que no conozca estos valiosos productos. *Tenga en cuenta los productos descritos en este artículo para su práctica, ya que muchos dentistas consideran que son necesarios e indispensables.*

El objetivo principal de este artículo es identificar productos o conceptos individuales que los dentistas que están ejerciendo consideran esenciales e indispensables.

- Miles de empresas fabrican productos para los dentistas profesionales y esto resulta confuso.
- Muchos dentistas (*especialmente los recién graduados*) **no** conocen los productos que sus colegas consideran indispensables. La encuesta muestra cuáles son.
- Algunas marcas de productos dominan ciertas categorías y deben tenerse en cuenta.

Este artículo incluye los productos indispensables a considerar y los conceptos que han sido identificados por sus colegas con comentarios y sugerencias de CR sobre cada categoría.

La siguiente investigación de la encuesta de CR ($n=628$, el 94% de *médicos generales*) se realizó en productos y conceptos dentales específicos y de uso común. La investigación y los comentarios de CR están organizados de la siguiente manera:

- 1. Esencial/Indispensable.** Productos y conceptos que al menos el 30% o más de los dentistas consideran esenciales, indispensables y casi imposibles de reemplazar con otro producto. **Los productos identificados por el 40% o más tienen fotos.**
- 2. Conceptos esenciales/indispensables con varias marcas de productos.** Estos conceptos se consideran esenciales e importantes, pero con una amplia variedad de marcas adecuadas.
- 3. Los productos principales** de cada categoría se enumeran en orden descendente de respuestas.

CATEGORÍAS DE CORONA

CR: El uso de zirconia continúa creciendo y con razón. En la investigación clínica a largo plazo de CR/TRAC, la formulación original de zirconia (*BruxZir, 3Y, Clase 5 tetragonal*) es la restauración con color del diente más exitosa de la historia de la odontología. Sea prudente con las nuevas formulaciones de zirconia “estética” hasta que estén clínicamente probadas.



Más del 30% la considera indispensable: Zirconia 59%

5 principales: Zirconia, PFM, disilicato de litio, bloques de cerámica fresados en el consultorio, oro fundido

IMPLANTES, DIÁMETRO PEQUEÑO (*Minis, 1,8 mm a 2,9 mm*)

CR: Ahora se ha demostrado que los minis tienen el mismo éxito clínico que los implantes de diámetro convencionales. Son los más adecuados para la estabilidad y retención de las dentaduras mandibulares completas. PCC brinda cursos prácticos a Zest, Intra-Lock y Glidewell.

Muchos productos competitivos disponibles.

4 principales: Zest, Intra-Lock, Sterngold, Glidewell (*Inclusive Mini Implant*)

DISPOSITIVOS PARA DORMIR/NO RONCAR

CR: Al menos el 40% de la población adulta ronca, y aproximadamente uno de cada 15 de ellos tiene apnea del sueño. Esta es una nueva área importante para algunos dentistas. Requiere educación adicional y un equipo, incluido un dentista, un médico especializado en sueño certificado por la junta y un técnico de laboratorio dental. Se debe realizar un estudio del sueño para determinar el tratamiento más adecuado.

Muchos productos competitivos disponibles.

3 principales: Silent Nite Sleep Appliance, TAP varios, SomnoDent EMA

❖ *Esto es solo una parte del informe original.* ❖

CONCLUSIONES DEL CR: Esta investigación de la encuesta de CR identifica varios conceptos que se consideran productos específicos e indispensables que dominan una categoría y algunos productos que son indispensables pero que se ofrecen por muchas marcas. CR ha agregado comentarios y sugerencias para los dentistas cada vez que la investigación de CR aumenta los datos de la encuesta. Analice sus propias necesidades en la práctica y corrobore si la información de esta encuesta valida sus elecciones de productos o lo guía a usted y a su personal para incluir algunos de los productos y conceptos más probados.

¿Qué es CR?

¿POR QUÉ CR?

CR fue fundada en 1976 por dentistas que creían que los profesionales en ejercicio podían confirmar la eficacia y utilidad clínica de productos nuevos y evitar tanto la experimentación en pacientes como las fallas ocultas. Con este objetivo en mente, CR se organizó con el propósito único y voluntario de probar todos los tipos de productos dentales y dar a conocer los resultados a los colegas de todo el mundo.

¿QUIÉN PROVEE FONDOS PARA CR?

Los fondos para la investigación provienen de las suscripciones a Gordon J. Christensen Clinicians Report®. Las ganancias de los cursos "Dentistry Update™" de CR financian el pago del personal no clínico. Todos los evaluadores clínicos brindan su tiempo y experiencia de forma voluntaria. CR es un instituto de investigación educacional y sin fines de lucro. No es propiedad, ni en su totalidad ni en parte, de ningún individuo, familia o grupo de inversores. Este sistema, libre de financiación externa, fue diseñado para lograr que la investigación de CR sea objetiva y realista.

¿CÓMO FUNCIONA CR?

Cada año, CR evalúa 750 marcas de productos distintas, realizando alrededor de 20,000 evaluaciones de campo. CR evalúa todo tipo de productos dentales, incluidos los materiales, los dispositivos y el equipamiento, además de las técnicas. En todo el mundo, los productos se compran a distribuidores de las compañías. Luego, los dentistas, inventores y pacientes los envían a CR. Las compañías no pagan las evaluaciones de los productos. La evaluación combina el esfuerzo de 450 dentistas de 19 países que brindan su tiempo y experiencia de forma voluntaria, y 40 de científicos, ingenieros y personal de respaldo. Los productos están sujetos, por lo menos, a dos niveles del proceso de evaluación de tres categorías de CR, que consiste en lo siguiente:

1. Estudios clínicos de campo donde se incorporan nuevos productos a la rutina en una variedad de prácticas odontológicas y que luego los dentistas comparan con los productos y métodos que utilizan a diario.
2. Estudios clínicos controlados donde se utilizan y comparan nuevos productos bajo condiciones rigurosamente controladas; se paga a los pacientes por su tiempo como participantes del estudio.
3. Los estudios de laboratorio donde las propiedades físicas y químicas de los productos nuevos se comparan con productos estándares.

El éxito clínico es la evaluación final



Clinicians Report® es una publicación de CR Foundation®

3707 N Canyon Road, Building 7, Provo UT 84604

Teléfono: 801-226-2121 • Fax: 801-226-4726

CR@CliniciansReport.org • www.CliniciansReport.org

CRA Foundation® cambió su nombre por CR Foundation® en 2008.



Este equipo está probando lámparas de polimerización de resina para determinar su habilidad curativa sobre compuestos de resina.

Cada mes se completan varios proyectos nuevos.

EL PROBLEMA CON LOS PRODUCTOS DENTALES NUEVOS.

Los productos dentales nuevos siempre presentaron un desafío para los dentistas ya que, con poco más que información publicitaria para guiarlos, deben determinar cuáles son nuevos y mejores, y cuáles son solamente nuevos. Debido a la gran competencia de la industria y la prisa por ser los primeros en el mercado, los dentistas y sus pacientes a menudo se convierten en datos de prueba para productos nuevos. Cada dentista, en un momento u otro, fue víctima de este sistema. Todos los productos nuevos que poseen y que no cumplieron con las expectativas se almacenan con la esperanza de que pueda existir algún uso futuro desconocido o bien, son descartados, lo cual implica una pérdida importante. Para ayudar a los dentistas a realizar compras informadas sobre los productos, CR prueba los productos dentales nuevos e informa los resultados a los profesionales.

Los productos evaluados por CR Foundation® (CR®) e informados en Gordon J. Christensen Clinicians Report® fueron seleccionados según el mérito de cientos de productos bajo evaluación. CR® realiza investigaciones en tres niveles: (1) evaluaciones de campo de varios usuarios, (2) investigación clínica controlada a largo plazo e (3) investigación básica de laboratorio científico. Más de 400 evaluadores de campo en todo el mundo y 40 empleados de tiempo completo trabajan en el instituto. Un producto debe cumplir, como mínimo, con uno de los siguientes estándares para ser informado en esta publicación: (1) ser innovador y nuevo en el mercado; (2) tener un menor costo, pero cumplir con los estándares; (3) no ser reconocido, clásico y valioso; o (4) ser superior a otros en su amplia clasificación. Sus resultados podrían ser distintos a los de los evaluadores de CR u otros investigadores de cualquier producto debido a las diferencias en cuanto a las preferencias, las técnicas, los lotes de productos o los entornos. CR Foundation® es una organización para la investigación y la educación sin fines de lucro y libre de impuestos que utiliza una estructura de voluntarios única para producir datos objetivos y fácticos. Todos los ingresos se utilizan para financiar el trabajo de CR Foundation®. ©2020 No podrá duplicarse este informe ni ninguna de sus partes sin el permiso de CR Foundation®. Suscripción anual a la versión en inglés: USD 229 en todo el mundo, más GST para las suscripciones en Canadá. Ejemplar único: USD 29 cada uno. Visite www.CliniciansReport.org para obtener información adicional sobre la suscripción.