



Encuentro en la Casa de las Encías

SEPA y GSK Consumer Healthcare Iberia, una firme alianza para mejorar la formación de los profesionales y la educación de la población en salud bucodental

- *Un innovador encuentro informativo refuerza su estrecha y fructífera relación*
- *Antonio Bujaldón, presidente de SEPA, y Sylwia Piankowska, general manager de GSK Consumer Healthcare Iberia, debatieron sobre cómo los profesionales y la industria farmacéutica abordan los graves problemas de salud bucal que describen los estudios epidemiológicos*
- *Poner el foco de atención en la prevención, así como en la vinculación entre salud de las encías y salud general, los objetivos más actuales de la intervención en Periodoncia*
- *La salud bucodental, una prioridad para GSK Consumer Healthcare Iberia*

Innovación y formación son los ejes fundamentales sobre los que gira la actividad de la **Sociedad Española de Periodoncia (SEPA)**, que coinciden totalmente con dos de las prioridades de **GSK Consumer Healthcare Iberia**; también comparten valores esenciales, como **el rigor y la excelencia**. De ahí las **sinergias** y el interés por colaborar y afrontar **proyectos conjuntos**, con el fin de lograr una mejor salud bucodental para los ciudadanos.

Así lo han puesto de manifiesto Antonio Bujaldón, presidente de SEPA, y Sylwia Piankowska, general manager de GSK Consumer Healthcare Iberia en una reunión celebrada en la **Casa de las Encías**, que ha adoptado un formato innovador (puede acceder al contenido de la videoentrevista aquí: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLr7PLK1BLdBDIqKFWMo5fj1kx943uV6zj>) y que ha servido para poner de manifiesto que **la formación de los profesionales y la educación de la población general es clave para mejorar el futuro de la salud bucodental en España**, siendo necesario diseñar e implementar iniciativas colaborativas encaminadas a satisfacer estas necesidades.

La reunión, en palabras de **Sylwia Piankowska**, directora general de GSK Consumer Healthcare, ha permitido poner las bases para *“reforzar la estrecha y fructífera relación que existe entre SEPA y GSK Consumer Healthcare Iberia”*. Además, el máximo responsable de SEPA, **Antonio Bujaldón**, ha aprovechado el encuentro para subrayar *“la importante contribución de esta compañía a la mejora de la salud bucodental de la población española”*. El encuentro entre el presidente de la Sociedad Española de Periodoncia y la directora general de GSK Consumer Healthcare Iberia ha abordado también temas y de actualidad, como el **presente y el futuro de la salud bucal**, su tratamiento y su promoción, así como la relación que ésta mantiene con la salud general.

Más formación y educación

Ante la situación actual de la salud bucodental de los españoles, evidenciada por recientes estudios epidemiológicos, la respuesta a este reto debe ser global, aunando

esfuerzos los profesionales y la industria farmacéutica. Así, por ejemplo, *“aunque las enfermedades periodontales han ido decreciendo en España en los últimos años, no lo ha hecho a la velocidad deseada”*, apunta el Dr. Bujaldón, quien recuerda que **“la tasa de periodontitis moderada se mantiene estancada** en cifras del 60-70% en la población adulta, bien sea por el creciente envejecimiento poblacional o porque desde el sistema sanitario público no se ha aportado lo suficiente”. Ante esta situación, según propone, *“el profesional de la Odontología debe, por una parte, mantener su **compromiso de formación continuada** y, por otra, tiene que **variar la clásica mentalidad de actuar fundamentalmente en el momento del tratamiento para implicarse más en la fase de prevención y promoción de la salud**”*.

Coincidiendo con estas consideraciones, Sylwia Piankowska subraya el relevante papel que pueden jugar las compañías como GSK Consumer Healthcare a la hora de proporcionar formación a los distintos profesionales que integran la consulta dental, pero también en la educación de los consumidores. **“La mayoría de la población padece problemas relacionados con las encías y el 60% sufren hipersensibilidad dental. Sin embargo, y a pesar de estas cifras, muchas de estas personas no abordan estos problemas bucodentales y optan por vivir con ellos, resignarse y no tomar medidas”**. Por eso, según detalla, *“es importante educar a la población en la prevención antes del síntoma y la actuación inmediata. Ahí es donde GSK Consumer Healthcare trabaja por representar un papel decisivo”*.

Como llama la atención Sylwia Piankowska, *“Existe una tendencia de no acudir a los profesionales de la salud bucodental para atajar estos problemas, en ocasiones por desconocimiento; de ahí la necesidad de que las personas conozcan bien los síntomas de las principales enfermedades de las encías, sepan bien identificarlos y busquen la ayuda de un experto para tratarlos”*. En este sentido, el presidente de SEPA apuesta por **“poner el foco de atención en toda la población, en la persona, y no solo en el paciente, así como por fijar más la atención en la prevención y el mantenimiento de la salud no tanto en el tratamiento y el abordaje de patologías”**.

Para pasar de un paradigma de atención de la salud bucodental asentado en el tratamiento a uno basado en la prevención, desde SEPA *“se están poniendo los medios para implementar este cambio, y así se refleja en las numerosas actividades formativas e informativas que estamos llevando a cabo en los últimos años, muchas de las cuales están encaminadas a evidenciar **que la salud bucal también incide directamente en la salud general**”*, indica su presidente, quien remarca que *“esta labor de las sociedades científicas trata de subsanar el déficit que existe en la sanidad pública de prevención y atención de los problemas bucodentales”*. A juicio del Dr. Antonio Bujaldón, **“hay que pasar a la acción, actuando a tres niveles: educando a la población general, formando a los profesionales y consiguiendo que las autoridades sanitarias incluyan una cartera mucho más amplia de servicios odontológicos gratuitos”**.

Apuesta de GSK

Para afrontar con éxito este desafío se precisan aliados, y partiendo de esta filosofía, según reconoció Sylwia Piankowska, *“desde GSK Consumer Healthcare tenemos el firme **compromiso de empoderar a las personas para hagan más cosas, se sientan mejor y puedan vivir una vida más larga**. Y para ello consideramos imprescindible educar a la población general y, especialmente, a las nuevas generaciones, en higiene oral y su autocuidado, cooperando con los profesionales”*.



Para lograr este objetivo, “desde GSK Consumer Healthcare Iberia **hemos realizado en el último año más de 46.000 visitas a profesionales de la salud bucodental**, para ofrecerles formación y recursos educativos que puedan aplicar en la población que atienden. También les acompañamos en su etapa previa, en Universidades y Facultades de Odontologías, formando y asistiendo a los profesionales del mañana. España tiene uno de los mejores cuerpos de odontólogos e higienistas, y estamos comprometidos con su desarrollo profesional”.

Junto a esta formación profesional, la empresa pone a disposición del conjunto de la población productos de referencia y de calidad contrastada. Entre ellos, el presidente de SEPA destaca **Parodontax**, “*que lidera el mercado de pastas de dientes de encías en España*”, **Corega**, el producto más recomendado para la fijación y limpieza de prótesis dentales y la gama de productos **Sensodyne**, “*la marca más recomendada para sensibilidad dental, tanto por dentistas como por higienistas*”, como apunta Sylwia Piankowska. “*En concreto, ocho de cada 10 dentistas recomiendan Sensodyne para combatir la sensibilidad dental, y en consecuencia hasta un 94% de las ventas de pastas para sensibilidad dental son de esta marca*”.

A juicio de la directora general de GSK Consumer Healthcare Iberia, “**nuestro portfolio de productos en salud bucodental es amplio y está en constante evolución**, apostándose siempre por la innovación. Esta es la base de nuestro éxito, junto con la estrecha colaboración que llevamos a cabo con los profesionales”.

Sylwia Piankowska añade además, un elemento adicional en sus prioridades de compañía: “**Tenemos muy presente la parte emocional que rodea a los pacientes**, el sufrimiento emocional que suponen algunas enfermedades como la hipersensibilidad dental o el hecho de empezar a usar prótesis y fijadores dentales. Nadie conoce mejor cómo se siente un paciente afectado de problemas de salud bucodental como su dentista o su higienista, por eso trabajamos mano a mano con ellos para atender esta parcela emocional de las personas a las que cuidamos día tras día”

Las principales líneas de trabajo futuro de esta compañía en el ámbito de la salud bucodental se asientan en tres ejes: **1) la innovación y mejora en líneas de productos ya existentes en el mercado; 2) la investigación de nuevos productos; 3) y poner a la persona en el centro, diseñando recursos que respondan a sus demandas y necesidades**

Este encuentro en la Casa de las Encías ha adoptado un **formato audiovisual novedoso en el sector**, que sienta las bases de una nueva manera de entender los diferentes puntos de vista de la salud bucal: institucional, investigador, divulgador y comercial. **Ya puedes acceder al contenido del debate, aquí:** <https://www.youtube.com/playlist?list=PLr7PLK1BLdBDIqKFWMo5fj1kx943uV6zj>