Bogotá D.C. 08 de Marzo de 2025

Señores
ASAMBLEA GENERAL
ASOCIACION COLOMBIANA DE PERIODONCIA Y OSEOINTREGRACION
Ciudad

INFORME DE GESTION AÑO 2024
DOCTORA LINA JANETH SUAREZ LONDOÑO

En cumplimiento de lo acordado según lo establecido en los estatutos de la ACPO, doy a conocer el siguiente informe de la gestión realizada durante el año 2024:

Actualmente ACPO cuenta con los siguientes miembros (aclarando que no contamos con datos actualizados de algunas regionales):

77 miembros Activos

70 miembros asistentes

96 miembros estudiantes (la gran mayoría de los cuales una vez culminan su proceso no vuelven)

27 miembros Honorarios

Total Miembros al día 2024: 270 miembros.

El proceso de inscripción de nuevos miembros a la Asociación aumentó ya que a 2023 al contéo para la afiliación como miembros internacionales de la EFP teníamos 220 miembros al día, sin embargo esto dista mucho del número de miembros registrados en años anteriores a 2023. El proceso de inscripción y los beneficios de agremiarse se han venido divulgando por medio de “flyers” que contienen toda la información de precios y contacto con cada una de las regionales para que sea compartida fácilmente entre los potenciales miembros.

En el congreso 2024 se presentaron 6 trabajos para acceder a la membresía activa, un número que fue considerablemente menor al numero de miembros que solicitaron ser activos en 2023.

Detalles de congreso

El resultado de la versión 64 del seminario anual, fue positivo y como junta quedamos contentos con la acogida que tuvo el mismo desde el punto de vista académico. Contamos con 8 grandes exponentes de la periodoncia mundial, y 7 conferencistas nacionales sin contar la nueva sección que denominamos talento ACPO; la organización del congreso por módulos fue muy bien acogida lo que se reflejó en las encuestas de satisfacción. Desafortunadamente el retiro a ultimo momento, solo con semanas de anticipación al congreso, de casas comerciales que habían reservado su stand hizo que los ingresos que estaban programados por presupuesto para superar los 100 millones de pesos, pasaran a ser pérdidas. Dichas casas comerciales fueron en su orden por categoría de stand: Straumann quien se retiró 6 semanas antes del congreso dejando vacío un stand platino que ya estaba facturado ($40.460.000) a quienes no se les hizo efectiva la multa, Microdent quienes canjearon el pago de la multa y a quienes se le asignó un número proporcional de entradas al congreso con un stand oro ($35.700.000). Adicionalmente la casa comercial BH salud tenía reservado un stand plata ($25.280.000), negociación que nunca se concretó y de la cual no se había emitido factura. Adicional a ello el histórico de invitados de las mencionadas casas comerciales era de alrededor de 70 inscripciones. Lo anterior hizo que se disminuyeran las entradas de dinero al seminario anual en alrededor de $170.000.000, poniendo además en riesgo el número garantizado de noches exigido por el hotel Las Américas. A pesar de lo anterior, dado el trabajo oportuno para disminuir gastos las pérdidas del congreso fueron de solo $17.000.000.

El total de casas comerciales que apoyaron la versión 64 del seminario anual fueron 39 en comparación con la versión 63 donde se tuvieron 52 casas comerciales.

Eventos realizados desde la junta nacional

Adicional al congreso nacional la junta desarrollo campañas tendientes a la difusión del día de las encías tanto desde ACPO como en compañía con LAOHA y la EFP. Estas campañas contenían información acerca de las interrelaciones periodontitis, diabetes, enfermedades cardiovasculares y alzheimer, que nuestros

miembros podían compartir con sus pacientes, y que tuvieron una muy buena difusión.

Los Objetivos de la Campaña incluyeron:

* Aumentar la conciencia pública sobre la importancia de la salud de las encías.

* Promover la prevención y el tratamiento de enfermedades periodontales.

* Fomentar la participación activa de profesionales y pacientes en la difusión de información.

* Generar un alto nivel de interacción (engagement) en las plataformas digitales de la ACPO.

* Lograr que los profesionales compartieran el contenido con sus pacientes.

La campaña se centró en la creación y difusión de contenido digital atractivo y educativo a través de las redes sociales de la ACPO. Se utilizaron dos formatos principales:

* Reels: Videos cortos y dinámicos con información clave sobre la salud de las encías.

* Carruseles/Infografías: Publicaciones con información detallada y visualmente atractiva.

El Alcance de los Reels se estima en un promedio de entre 3.500 y 4.000 personas por reel., mientras el alcance de Carruseles/Infografías, se estima en un promedio de entre 1.500 y 2.000 personas por publicación.

Se observó un aumento significativo del engagement, con un incremento de más del 200% en comparación con campañas anteriores.

Se registraron aproximadamente 50 compartidos por publicación, lo que demuestra la alta receptividad del contenido por parte de los profesionales y el público en general y se observo una gran cantidad de contenido guardado por los usuarios, demostrando el interés en la información compartida.

Se hizo presencia en el congreso de la Asociación Colombiana de Ortodoncia. Se participó en las asambleas de FIPP, FOC y EFP.

Algunos de los convenios que se mantuvieron son: facturación electrónica con Quenta, y la emisión de pólizas de responsabilidad Civil para los asociados con Soto seguros.

Se mantuvieron los convenios que fortalecen la cooperación científica, académica y profesional con SEPA, EFP y FIPP cuyos beneficios pueden consultar en la página Web.

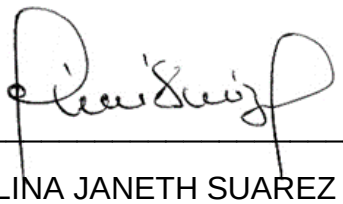
Se apoyaron los eventos regionales bajo petición de los presidentes. En la regional Bogotá se patrocinó el taller para fomentar la membresía de nuevos estudiantes con el Dr Johnathan Meza de Perú, en la regional Santander se patrocinó la invitación del Dr Wilhelm Bellaizá como conferencista en el simposio de Periodoncia: fenotipo periodontal. En la regional Antioquía se apoyó el evento realizado con el Dr Miguel Angel Coccaro de regeneración ósea guiada.

Destacamos los apoyos de las casas comerciales Bioinnovations y MIS participantes en el seminario anual quienes realizaron Hands on tendientes a la presentación de sus desarrollos. Igualmente agradecemos el apoyo de los Drs Jaime Márquez y Miguel Vargas quienes de manera desinteresada apoyaron nuestro congreso con un maravillosos entrenamiento en técnicas avanzadas de cubrimiento radicular.

En el marco del congreso hubo un reconocimiento muy emotivo al Dr Carlos Afanador Ruiz con la participación del Dr Mauricio Gómez a quien agradecemos su compromiso con la asociación.

Quiero finalizar solicitando el apoyo de todos los miembros, en la divulgación del seminario anual de este año. Tenemos 8 conferencistas internacionales con unas cualificaciones inigualables. Todos habrán ya visto que queremos en esta versión exhaltar el papel de la mujer en la periodoncia y al igual que el año pasado, nuestras speakers de este año han aceptado la invitación con unos cobros mínimos a la asociación a pesar de sus apretadas agendas. Son todas ellas grandes académicas autoras de múltiples publicaciones, que traerán los mejor de su practica y sus investigaciones al estrado de ACPO para darnos soluciones novedosas a los problemas que nos trae el tratamiento de la enfermedad periodontal y sus secuelas. Mantendremos además nuestra sección de talento ACPO donde pretendemos destacar el trabajo de nuestros jóvenes periodoncistas.

Atentamente,



DRA LINA JANETH SUAREZ LONDOÑO
Presidente de la Junta Nacional ACPO