

URODAⁱ medycyna

PORADY EKSPERTÓW

Co oni mi zrobili?

Jak zapobiegać
powikłaniom
po zabiegach?

Raport

Trądzik – przyczyny
i skuteczne leczenie

Gładka na zawsze

Najnowsze metody
usuwania owłosienia

Medycyna estetyczna

Profesjonalny przegląd
metod rewitalizacji szyi

Chcesz schudnąć
w wybranym miejscu?

Bezbolesne zabiegi
ginekologii estetycznej

**Medycyna
uzdrowiskowa**

Zbawienny
wpływ siarki

DLACZEGO BRZYDNIEMY?
DBAJ O SKÓRĘ I OPÓŹNIAJ STARZENIE

NUMER 1/2017 (13)
CENA 5,90 zł (VAT 8%)
ISSN 2300-3901 INDEKS 298581
0 3>
9 772300 390709



Długotrwałe, korzystne efekty przynoszą zabiegi bardziej inwazyjne, wpływające na zmianę obrysu twarzy

padku stymulacji skóry na efekt trzeba poczekać 8-12 tygodni. W tym wypadku jest to czas potrzebny do eliminacji uszkodzonych komórek tłuszczowych.

Zaletą zabiegu jest jego siła wynikająca z użytej energii oraz z głębokości działania i brak okresu rekonwalescencji ze względu na niewystępowanie uszkodzeń wierzchniej warstwy skóry.

Nici PDO

Nici PDO (polydioxanone) są materiałem bezpiecznym, ulegają rozpuszczeniu i stopniowemu wydalaniu z organizmu w około 6 miesięcy po implantacji. W zabiegach liftingu skóry szyi możemy stosować zarówno nici proste typu mezo, jak i nici haczykowe. Nici proste szczególnie dobrze sprawdzają się w zabiegach wzmacniających podbródek przez stymulację produkcji kolagenu. Nici haczykowe wprowadzane w miejscu niewidocznym, za uchem, stosowane są

w liftingu szyi – zabieg ten przynosi najlepsze efekty, kiedy połączony jest z korekcją tzw. chomiczków. Ciekawą alternatywą dla wypełniaczy tkankowych są nici wypełniacze, stosowane do korekcji zmarszczek poziomych na szyi.

Lipoliza chemiczna, iniekcyjna

Lipoliza iniekcyjna w ręku przygotowanego lekarza jest dobrym narzędziem do usunięcia nadmiaru tkanki tłuszczowej z okolicy podbródka i „chomiczków”. Jest to możliwe poprzez podanie roztworu uszkadzającego ścianę komórek tłuszczowych. Stosujemy w tym celu dwie substancje chemiczne: dezoksycholan sodu i fosfatydylocholinę.

Bezpieczną metodą podania substancji emulgującej jest intralipoterapia, opracowana przez prof. Motolese, dla wprowadzania do tkanki tłuszczowej preparatu Aqualyx. Uszkodzone komórki pękają, a uwolnione z nich tłuszcze mogą być bez przeszkód transportowane drogą limfatyczną i krwionośną do wątroby, gdzie są metabolizowane, a następnie wydalone z organizmu.

W miejscu wstrzyknięcia powstaje zamierzony i kontrolowany lekki stan zapalny jako reakcja na uszkodzenie tkanki tłuszczowej. Pacjent powinien być uprzedzony, że w ciągu kilku godzin po zabiegu narośnie miejscowy obrzęk, zaczerwienienie i bolesność. Objawy ustępują po 4-7 dniach. Kolejny (z serii trzech) zabieg można wykonać po ok trzech tygodniach.

Liposukcja podbródka

Zabieg odsysania tkanki tłuszczowej (liposukcja) jest wykorzystywany również do zmiany obrysu twarzy. W sytuacji, kiedy drugi podbródek jest spowodowany nadmiarem tkanki tłuszczowej, a nie wiotkością układu powięziowo-mięśniowego, jest to metoda bardzo skuteczna, a jej efekty są długotrwałe.

Zabieg przeprowadzany jest w znieczuleniu miejscowym. Z niewielkiego wklucia (2-3 mm) wprowadza się sondę odsysającą tkankę tłuszczową. Na okres 5 dni zakłada się opatrunek uciskowy, którego zadaniem jest domodelowanie skóry do nowo uformowanego podbródka.

Przez 5-7 dni utrzymują się zasinienia i obrzęk okolicy operowanej. Ostateczny efekt uzyskuje się po 3-4 tygodniach.

Rozwijamy się organicznie

O fascynacji technologią, kreowaniu nowych projektów i poczuci misji, które napędza biznes, z **Katarzyną Nadolną, Dyrektorem Generalnym ITP S.A.**, rozmawia **Wieńczysław Zaczek**

Wyróżnikiem firmy ITP jest dla mnie konsekwentne wprowadzanie na rynek nowatorskich rozwiązań technologicznych. Co uważa pani za wasz największy sukces?

Innowację na rynku którego nie było – wprowadzenie nieinwazyjnego lasera do zabiegów ginekologicznych Mona Lisa. Wcześniej nie istniała tego typu procedura, nikt nie myślał o ginekologii w kontekście komfortu życia i estetyki. To była nowość, zarówno dla pacjentów jak i dla lekarzy.

Miałyście poczucie misji?

W ITP pracuje wiele kobiet. Byłyśmy emocjonalnie związane z tym projektem. Uznałam, że inne kobiety mają prawo wiedzieć, że są takie możliwości, że mogą poprawić funkcjonowanie swego organizmu.

Dzisiaj ginekologia estetyczna to niemal rutyna...

Lekarze przestali się dziwić, pacjenci nie wstydzą się pytać. Cieszę się, że rynek tak się rozrósł, weszła konkurencja z innymi urządzeniami tego typu, bo konsekwencje porodu są czasem bardzo dotkliwe, borykają się z nimi młode, aktywne kobiety. A możliwości są ogromne – od zapobiegania nietrzymaniu moczu, przez komfort współżycia, po kwestie estetyczne...

Początki waszej firmy to jednak działalność zupełnie nie związana z medycyną.

Jako firma konsultingowa wprowadzaliśmy podmioty zagraniczne na polski rynek. Działaliśmy niemal w każdej branży – od dachówek, przez sprzęt AGD, po produkty spożywcze, czy usługi. Częściej chodziłam wówczas w gumiakach niż w szpilkach...

Skąd tu pomysł na estetykę?

Są tematy bliższe i dalsze kobiecie (śmiech). Pewnego razu trafiliśmy na włoską firmę, która była producentem urządzeń do medycyny estetycznej. Okazało się, że to rzeczy drogie, ciężko było znaleźć dla nich partnera. Ale z badań wynikało, że ten rynek będzie się rozwijał. I wtedy Włosi zaproponowali byśmy zajęli się tym sami.

Wtedy zamieniła pani kalosze na szpilki?

Nie tak od razu. To była dla nas zupełnie nowa branża. Problem polegał na tym, że wchodziliśmy na rodzący się w Polsce, odmienny od naszej działalności, rynek. Usługi to stosunkowo niskie koszty stałe – małe biuro, elastyczne zatrudnienie. A tu, żeby coś sprzedać musieliśmy najpierw kupić, zamrozić pieniądze, znaleźć nabywców. Momentami było trudno, ale zauroczyło mnie to, bo branża wydała mi się ciekawa.

Ale przecież nie znała się pani na medycynie...

Do każdego zadania staram się podchodzić profesjonalnie. Szybko zatrudniliśmy osobę po akademii medycznej, z doświadczeniem kosmetologicznym. Wspólnie jeździliśmy po świecie, uczyliśmy się, a potem wspierali naszych klientów. To do dzisiaj nas wyróżnia – zaczynając coś nowego stawiamy na profesjonalistów.

Zaawansowana technologia to dość męska branża...

Byłam jedną z pierwszych kobiet na tym rynku, bo handlowcy to w większości faceci. Tak jakoś wyszło, że od początku tworzył się u nas kobiecy zespół. Firma zrobiła się trochę jak rodzina... Choć dzisiaj jest to spółka akcyjna, stanowiąca



Katarzyna Nadolna: Chcę, żeby nasi specjaliści mieli dostęp do najlepszych technologii, do wiedzy światowych fachowców

część dużej międzynarodowej struktury, bardzo staram się pilnować tej atmosfery, bo to wpływa na kulturę pracy.

Sprzedaż sprzętu wymaga chyba sporego zaplecza finansowego...

Nie mieliśmy wielkiego kapitału. Dlatego ten nasz rozwój był bardzo organiczny, zbieraliśmy ziarnko do ziarnka. Żeby kupić ten pierwszy sprzęt musiałam napisać przepiękny plan biznesowy. Może gdyby było inaczej rozwijałoby się szybciej, ale... mniej mądrze. A przez to, że nie mo-

gliśmy zaszaleć, uniknęliśmy wielu błędów. Dogłębnie poznałam specyfikę branży. W firmie nie ma stanowiska, a zatrudniamy ponad sto osób, na którym nie znałabym specyfiki pracy. To pozwala umiejętnie udzielać wsparcia. Chociaż, uwielbiam też sprzedaż, więc nigdy nie zrezygnuję z bezpośredniego kontaktu z klientami.

To chyba wyniosła pani z doświadczeń konsultingowych.

Jeśli chce się komuś doradzać, trzeba zrozumieć jego rynek – jak działa, kto się na nim liczy, jak są podejmowane decyzje?

Bardzo lubię budować nowe projekty. Uwielbiam ten moment, kiedy znajduję coś interesującego, mam nowy cel i zaczynam myśleć jak go osiągnąć. Lubię pracować w małych strukturach, mieć kontakt z klientem, bo mam manię kontroli całego procesu.

Widać, że angażuje się pani cała w swoją pracę...

Tak, ale tylko wtedy, kiedy mam fiola na punkcie danego produktu (śmiech).

W estetyce mogę łączyć świat kobiecy z technologią, którą kocham. No i z misją – przecież pomagamy innym kobietom, edukujemy je, podpowiadamy, co zrobić by lepiej się czuły, były zadowolone z siebie.

A z drugiej strony – wspólnie uczymy się dobrego biznesu. Bo rynek beauty jest zdominowany przez kobiety.

I stąd dzisiaj te nowości?

Chcę, żeby nasi specjaliści mieli dostęp do najlepszych technologii, a nie bzdiewia, które łatwiej sprzedać, bo jest tanie. Zaczęłam się uczyć, sprawdzać, które urządzenia są najlepsze, bo to musimy mieć w Polsce! I edukować naszych specjalistów, kontaktować ich z mistrzami w danej dziedzinie. Tak dzisiaj działamy – jeździmy z lekarzami na kongresy i szkolenia za granicę, ściągamy najlepszych fachowców do Polski.

Ale to nie jest czysto handlowe podejście...

Handlować to można garnkami! Jeśli oferuję zaawansowaną, drogą, technolo-

gię, to biorę na siebie odpowiedzialność – muszę wiedzieć więcej niż inni, umieć doradzić. Dlatego staram się pomóc klientom dokonać właściwego wyboru, zbudować rozsądny plan biznesowy. Z natury jestem szczerą i dość otwarcie mówię jak jest, więc nie wszyscy to akceptują. Ale mam klientów, z którymi zaczęliśmy kilkanaście lat temu i do dzisiaj współpracujemy. Wspólnie decydujemy o nowych inwestycjach, szukamy na świecie technologii, by sprawdzić, czy warto się tym zainteresować.

Co to jest UVLrx Treatment System?

Słyszał pan już o tym? Jak zobaczyłam to urządzenie, pomyślałam: Jezus, to jest genialne! To wewnątrzrylna terapia światłem laserowym. Idea naświetlania krwi znana jest od ponad 100 lat. W połowie ubiegłego wieku była stosowana w USA, w leczeniu infekcji bakteryjnych i wirusowych, np. polio, tężca, gruźlica, zapalenia wątroby, płuc. Z czasem zastąpiła ją antybiotykoterapia, ale dzisiaj przekonujemy się, że patogeny nabierają odporności na antybiotyki i światłoterapia, mimo oporu koncernów farmaceutycznych, wraca do łask.

To urządzenie jest nowatorskie z dwóch powodów. Po pierwsze naświetlanie odbywa się wewnątrz organizmu. Po drugie – łączy trzy długości fal o różnym działaniu. Oprócz uszkadzania patogenów, dzięki któremu organizm szybciej je eliminuje, mamy redukcję bólu i stanów zapalnych, wzmacnianie układu odpornościowego i całego układu krążenia, zwiększenie transportu tlenu we krwi. A to wszystko wpływa nie tylko na nasze zdrowie, ale także samopoczucie i wygląd.

Znów widzę błysk w pani oku...

Gdybyśmy zostali z portfolio, powiedzmy sprzed pięciu lat, to wiałoby tu taką nudą, że nie chciałabym dalej tego rozwijać. Muszę lubić przychodzić do pracy, cieszyć się tym, co robię, bo to nie jest tylko „praca”. My pracujemy praktycznie przez siedem dni, w weekendy są przecież kongresy, szkolenia.

Ma pani szczęście, bo w tej dziedzinie jest wyjątkowy postęp, a światowe marki cenią polski rynek.

Mamy tę przyjemność, że uznane marki chcą z nami pracować. A przecież kilka lat temu oni nawet nie wiedzieli gdzie jest Polska. I wie pan, mam pewną dodatkową satysfakcję. Europa, nawet jako całość, w dziedzinie estetyki to jest mały rynek, nikt o nią nie walczy. Liczą się kraje arabskie, Azja, trochę Ameryka Południowa. A stamtąd przyjeżdżają głównie dystrybutorzy mężczyźni. Powiedzmy, na kongresie w Monte Carlo dostajemy nagrodę firmy Alma. Wycho-dzę na scenę. I tu zdziwienie: nie dość, że z egzotycznej Polski, to jeszcze kobieta! Tak mnie to wkurza, że zawsze mocno podkreślam skąd jestem i na dodatek, że pracuję dla siebie.

W estetyce mogę łączyć świat kobiecy z technologią, którą kocham i z misją, bo przecież podpowiadamy kobietom, co robić, by były zadowolone z siebie

Jednak kusi was wychodzenie poza granice Polski. Preparaty Neauvia sprzedawane są w ponad siedemdziesięciu krajach na świecie. Jak do tego doszło?

Cały koncept Neauvi jest dzieckiem naszego prezesa – Gabriele Drigo. W dziedzinie preparatów do medycyny estetycznej i kosmetyków też chcieliśmy mieć coś wyjątkowego. Więc znów kilka lat studiów, spotkań, prób. I to się udało – mamy produkt, który nie ma bezpośredniej konkurencji. Wyjątkowy jest sam kwas hialuronowy, bo, jako jedyny produkt tego typu, pochodzi z bakterii *Bacillus Subtilis* i jest sieciowany unikalną metodą PEG. To jest wąska linia bardzo dobrze przemyślanych produktów, która ma rzeszę wielbicieli, faktycznie na całym świecie.