

Febrero, 2026

FocusDent
Tech

NEWSLETTER

novedades & tendencias
en IA para uso en las Clínicas

¿Qué viene después del boom de la Inteligencia Artificial en los servicios?

Durante 2025, la inteligencia artificial irrumpió con fuerza en todos los ámbitos, incluida la salud. Herramientas nuevas, automatización y promesas de eficiencia aparecieron a gran velocidad. Pero al comenzar 2026, algo queda claro: **quedarnos con la novedad ya no alcanza.**

Hoy la pregunta no es qué puede hacer la IA, sino cómo se usa, con qué criterio y para qué dentro de una clínica. Muchas instituciones empezaron probándola para tareas aisladas — mensajes, textos, contenidos—. Fue un primer paso lógico. Sin embargo, el verdadero cambio empieza ahora: **integrar la IA al funcionamiento diario, no como experimento, sino como parte del sistema.**

El foco se traslada al recorrido completo del paciente: cómo te busca, primer contacto, turnos, comunicación, seguimiento y continuidad del tratamiento. La IA bien utilizada no deshumaniza ese proceso; por el contrario, ayuda a ordenarlo y a liberar tiempo del equipo para lo que realmente importa: **la relación profesional-paciente.**

También cambia la comunicación. Las redes sociales ya no son solo un escaparate. Son espacios donde los pacientes observan, comparan y deciden. La improvisación empieza a perder efectividad. La tecnología, usada con criterio, permite ser más claros, más coherentes y más confiables.

Quizás el desafío más importante de este año no sea solo aprender a usar IA, sino de pensar con IA.



Desde lo personal

En 2021, cuando escribí el capítulo de marketing para el libro *Estética y Blanqueamiento en la Era Digital*, del Dr. Sergio Kohen y otros autores, la IA no ocupaba el lugar que tiene hoy. Algo de eso ya estaba en el aire, pero el tiempo se encargó de acelerarlo todo. El marketing no evoluciona de forma lineal, lo hace por saltos. Y en esos cambios siempre ganan los que están dispuestos a repensarse. Pasó con el video, con los datos, con las redes sociales... **y hoy pasa con la IA.** Mirado en perspectiva, el problema no es no haber previsto una tecnología, sino creer que el marketing es una receta fija. Las herramientas cambian, la tecnología avanza, pero la necesidad de comunicar, conectar y generar confianza sigue siendo la misma.

-Cris

SUMATE AL GRUPO DE WHATSAPP



FocusDent
Tech

Powered by



Data News

Yahoo lanzó Scout, su motor de búsqueda con IA para desafiar a Google y ChatGPT

El nuevo motor potenciado por inteligencia artificial sintetiza respuestas conversacionales mientras impulsa enlaces hacia la web abierta y aprovecha 30 años de datos de usuario para competir con los gigantes del sector. Disponible en beta en EE. UU., la apuesta busca revitalizar el legado de la compañía en búsqueda web.



La principal diferencia de **Scout** es su enfoque híbrido: combina respuestas generadas por IA con enlaces y citas visibles a las fuentes originales, apostando por la web abierta y devolviendo tráfico a medios y creadores. Esto va a contramano de otros asistentes que generan respuestas sin mostrar claramente de dónde proviene la información.

Scout funciona sobre el modelo Claude, de Anthropic, y se apoya en datos propios de Yahoo más información proveniente de su histórica alianza con Microsoft y Bing. Yahoo afirma contar con una base sólida: cientos de millones de usuarios y billones de señales de búsqueda anuales.

Más que un simple buscador, **Scout** se integra a todo el ecosistema de Yahoo (Mail, Noticias, Finanzas y Deportes), ofreciendo funciones como resúmenes automáticos de correos, explicación de noticias y análisis de mercados.

Su monetización inicial será mediante anuncios y enlaces afiliados, con la posibilidad de sumar un modelo de suscripción a futuro.



Google Personal Intelligence Services

Personal Intelligence

Google sube la apuesta con **"Personal Intelligence"** en Gemini. Conecta tu contexto (Gmail, Fotos, YouTube, Search) para respuestas más útiles y personalizadas. Beneficio: menos "IA genérica", más asistente que entiende tu día a día... si te compensa el trade-off de privacidad.

Las mejoras de Claude

Permite usar herramientas como Canva, Figma o Slack sin salir de la conversación, gracias al protocolo MCP. En la práctica, no es solo que **Claude** te "ayude" con texto, sino que puedes ejecutar acciones en tiempo real (crear, editar, organizar y enviar) desde su propia interfaz para planes de pago.

Shopify lo confirma

Su CEO dejó caer que cuando compras algo desde ChatGPT, la IA se lleva un 4%. Así que si vendes online, ve asumiendo que ChatGPT será un "marketplace conversacional" y ese % es coste de distribución, no un capricho.

SpaceX compra xAI...

En un mega-deal interno de Musk: valoración de xAI en 250.000M\$ y **SpaceX** en 1T\$ (1,25T\$ combinados). Beneficio práctico: Musk se pone con más músculo financiero para "meter" IA en el ecosistema Starlink/espacio y competir más en serio con los grandes.

SPACEX

Data News

OpenAI redefine la IA profesional con GPT-5.3-Codex y Frontier

La estrategia de **OpenAI** marca un cambio clave: la IA deja de ser una herramienta puntual y pasa a convertirse en parte del funcionamiento interno de las organizaciones. En una clínica, esto impacta en gestión, comunicación y productividad, no en la parte clínica asistencial. Integración.

Qué cambia con la nueva IA en las clínicas

La nueva generación de IA ya no sirve solo para escribir textos o contestar mensajes. Empieza a hacer tareas reales dentro de la clínica.

- **GPT-5.3-Codex** funciona como un asistente que ejecuta: ordena información, arma protocolos, analiza datos de turnos y seguimientos, y avanza solo, mostrando resultados.
- **Frontier** permite que esa IA trabaje de forma ordenada y segura, con roles claros (recepción, seguimiento, gestión), integrada a la agenda y a los sistemas de la clínica.

En la práctica esto significa:

- Menos tareas repetitivas
- para recepción y administración
- Más tiempo del equipo
- para la relación profesional -paciente
- Procesos más claros,
- previsibles y sostenibles

Idea clave:



La IA deja de ser un chat y pasa a ser parte del funcionamiento interno de la clínica.



Perplexity lanzó función para comparar respuestas entre modelos de IA

La nueva herramienta llamada **Model Council** ejecuta la consulta **simultáneamente en Claude Opus 4.5, GPT-5.2 y Gemini 3 Pro**. Posteriormente, utiliza un modelo de sintetizador para revisar los tres resultados, resolver conflictos y ofrecer una respuesta completa. Esta función ayuda a los usuarios a confirmar y comparar la validez de las respuestas generadas entre los modelos fronterizos.



Aplicado a una clínica

Esto es especialmente útil cuando la clínica usa IA para:

- Tomar decisiones de gestión
- Analizar números, procesos o estrategias
- Definir protocolos, precios o modelos de atención
- Evaluar ideas de marketing o comunicación
-

En vez de confiar en una sola respuesta, el sistema:

- Muestra dónde las IAs coinciden (más confianza)
- Señala dónde hay diferencias (alerta para revisar)

HEALTH

Aún lejos del uso clínico masivo,
pero marca hacia dónde va
la medicina predictiva y preventiva

★ La IA predice el riesgo de 130 enfermedades utilizando datos del sueño:

Stanford crea **SleepFM**. Es una IA que estima riesgo de >100 enfermedades con una sola noche de sueño. Entrenada con ~600.000 horas de datos, publicada en Nature Medicine. Esto abre la puerta a detección temprana de enfermedades y prevención (aunque aún falta camino para uso clínico masivo).

Investigadores entrenaron un modelo de inteligencia artificial con más de 585 000 horas de registros de sueño de unos 65 000 participantes.

El sistema analiza polisomnografías para identificar señales del cerebro, corazón, respiración y otros.

SleepFM mostró capacidad predictiva frente a 130 condiciones médicas, incluyendo demencia, infarto y enfermedad renal crónica.

El enfoque plantea que el sueño contiene información útil para estimar riesgos de salud futuros.

Los autores destacan que aún se necesitan más pruebas y validaciones antes de su uso clínico.

Fuente: revista Nature Medicine (enero 2026)



AI model 'Sleep FM' identified the risk of these diseases

Disease Risk Prediction Scores



Breast Cancer	Stroke	Kidney Disease
0.89	0.78	0.79
Heart Attack	Mortality	Dementia
0.81	0.84	0.85
Heart Failure		
0.80		

The numbers are C-index scores. They represent how accurately the AI can predict outcomes.
A score of 0.81 means the AI was accurate in 8 out of 10 predictions.

★ IA en mamografías: los datos clave del estudio

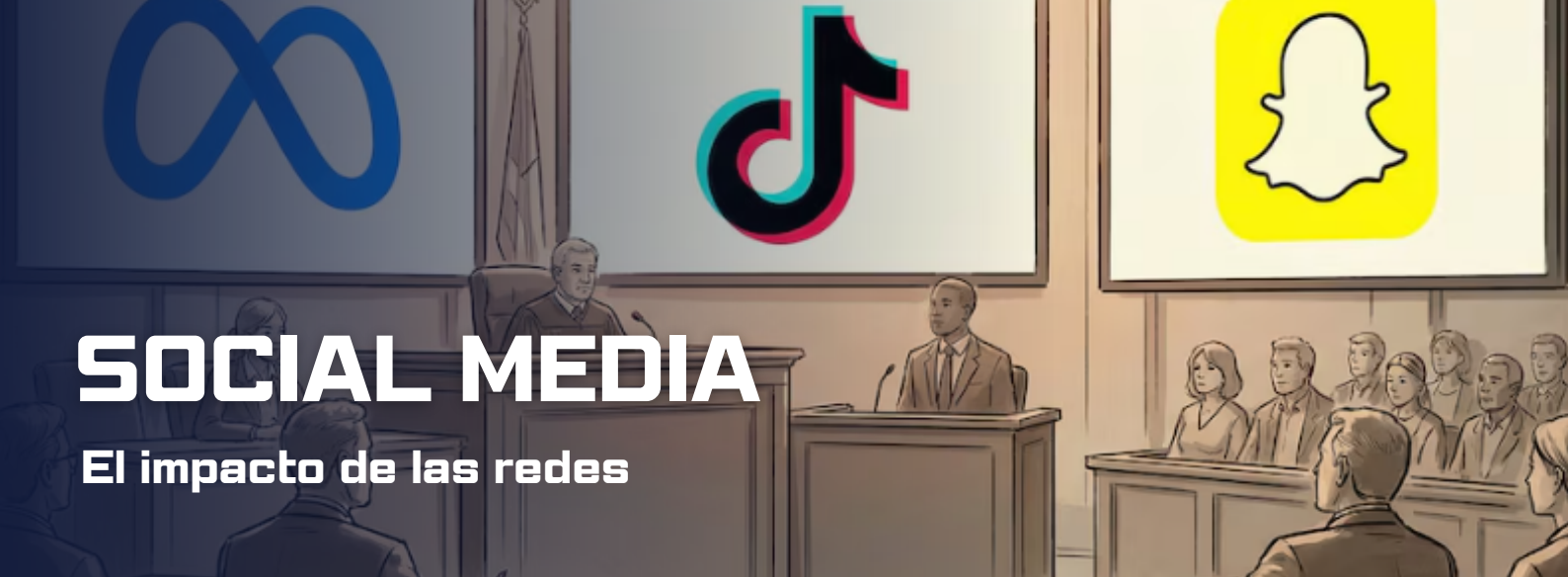
Un ensayo clínico publicado en The Lancet (enero 2026), con más de 100.000 mujeres, evaluó mamografías asistidas por IA frente al cribado estándar.

Resultados principales:

- +29 % en detección de cáncer durante el cribado
- 12 % menos cánceres detectados entre mamografías
- 81 % de los cánceres detectados en el cribado con IA vs. 74 % sin IA
- 27 % de cánceres agresivos
- 21 % de tumores grandes
- 16 % de cánceres invasivos

Falsos positivos similares (1,5 % IA vs. 1,4 % estándar)
-44 % en carga de trabajo de los radiólogos





SOCIAL MEDIA

El impacto de las redes

★ Meta, TikTok y Snapchat van a juicio por primera vez: son acusados de generar adicción en niños

Meta, TikTok y Snap enfrentan en EE. UU. un juicio sin precedentes por el presunto diseño de funciones adictivas dirigidas a menores. El proceso se desarrolla en California y podría influir en futuras regulaciones sobre redes sociales.

La demanda apunta a elementos como scroll infinito, algoritmos de recomendación y reproducción automática, asociados a mayor tiempo de uso y a problemas de salud mental en niños y adolescentes. Los demandantes solicitan compensaciones económicas y cambios obligatorios en el diseño de las plataformas.

Las empresas niegan la acusación de adicción y señalan que la salud mental juvenil tiene múltiples causas. El juicio ocurre en un contexto de mayor regulación internacional, con países que ya fijaron edades mínimas para el uso de redes sociales.

★ Uso de la IA en redes – Metricool

La IA ya es parte del día a día, pero muchas veces se usa sin método.

Datos del Informe del Uso de la IA en Redes Sociales lo dejan claro:

- El 96% de profesionales ya usa IA para social media, y 7 de cada 10 lo hace a diario.
- El 79% dice que gracias a la IA crea más contenido en menos tiempo.
- Pero el 36 % no sabe o no mide si el contenido hecho con IA funciona mejor.
- Y el 45% limita su uso por miedo a perder calidad.



★ Mensaje del CEO: Lo que viene para YouTube en 2026

YouTube (y las grandes plataformas) están marcando cómo va a funcionar la comunicación, la confianza y la visibilidad en los próximos años. Esto impacta directo en clínicas y profesionales.

Videos explicativos en TV del living, pacientes que confían más en personas que en marcas, y plataformas que exigen cada vez más ética y claridad.

Esta nota cuenta qué se viene y por qué te importa. Es larga pero vale la pena leerla.

LEER NOTA COMPLETA



Nuestras
prioridades
para 2026



Subscribe



✨ IA Operativa: herramientas que trabajan en redes, WhatsApp, agenda y seguimiento

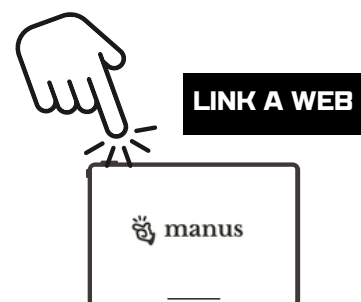
No se trata solo de automatizar tareas sueltas, sino de sistemas capaces de ejecutar procesos completos, conectando aplicaciones, tomando decisiones simples y ahorrando tiempo operativo.

Muchas de estas herramientas no fueron pensadas para salud, pero ya están empezando a influir —directa o indirectamente— en cómo las clínicas gestionan turnos, comunicación, seguimiento y tareas administrativas.

Entenderlas no es para usarlas todas, sino para saber qué está cambiando y hacia dónde va el modelo. Algunos modelos:

Manus

Agente de IA autónomo que puede navegar la web y ejecutar tareas completas sin supervisión constante. Fue uno de los primeros “agentes” virales de 2025.



Make

Herramienta visual para conectar aplicaciones y automatizar procesos. Muy usada para integrar sistemas y manejar datos.



n8n

Plataforma de automatización similar a Zapier, pero más flexible. Permite crear flujos complejos e integrar nodos de IA.



Zapier

Una de las plataformas más conocidas para automatizar tareas entre aplicaciones. Hoy incorpora IA para flujos más inteligentes.



ManyChat

Especializada en automatizar conversaciones por WhatsApp, Instagram y Messenger, muy utilizada en marketing y atención inicial.



Darwin AI

Modelo de IA adaptativa que analiza datos reales de la clínica y ajusta procesos operativos para mejorar decisiones, tiempos y organización.

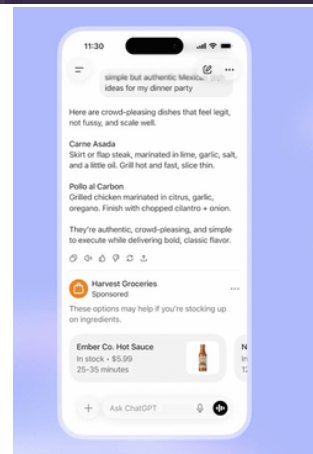


A PAGAR

★ Así será (y costará) la publicidad en ChatGPT

OpenAI quiere que la publicidad en ChatGPT juegue en "liga premium": según las filtraciones, arrancaría en EE. UU. a principios de febrero para usuarios adultos de los planes Gratis y Go, con anuncios contextuales dentro de la conversación (y fuera de temas sensibles). Lo más llamativo es el precio: CPM de 60\$, alrededor de 3x lo que suele moverse en Meta.

La apuesta es clara: menos "retargeting de lo que hiciste ayer" y más intención del "lo que estás preguntando ahora"... Al inicio, la medición sería limitada (vistas y clics), sin el nivel de atribución/conversiones al que estamos acostumbrados.



★ ¿Pagarías por Instagram Premium?



Meta está revolucionando el juego con sus nuevas suscripciones 'Meta Premium' en Instagram, Facebook y WhatsApp.

Aquí va lo último (tests arrancan en 2026):

- En Instagram: Mirá Stories anónimas, creá listas de audiencias infinitas y chequeá quién te sigue (pero no te sigue de vuelta). Ideal para stalker la competencia sin drama. 😎
- Acceso premium a IA: Usá Vibes para generar videos creativos ilimitados (remixá ideas para posts educativos sobre salud dental) y Manus para automatizar tareas como planear contenido o responder consultas.
- En WhatsApp/Facebook: Privacidad extra, tools creativos y posiblemente zero ads en statuses.

Todo por un fee mensual (similar a los \$15 de Meta Verified, pero enfocado en productividad). ¿Qué tul?

★ Netflix, Spotify y ChatGPT: cuánto costará sostener las suscripciones digitales

Con el inicio de 2026, las suscripciones digitales dejaron de ser un gasto accesorio para convertirse en una parte estructural del presupuesto de millones de argentinos.

Plataformas de streaming, servicios de música, videojuegos, almacenamiento en la nube y herramientas de inteligencia artificial forman hoy un ecosistema casi indispensable tanto para el entretenimiento como para el trabajo y el estudio. Sin embargo, el costo acumulado obliga a revisar consumos y priorizar.



PARA EL FINAL

★ Y si llegaste hasta acá

Sé que muchos de ustedes están a mil, otros sienten que todo avanza demasiado rápido y también están quienes disfrutan de la tecnología, pero no tienen tiempo para ponerse al día.

Para muchos colegas, cada novedad suma más presión que claridad.

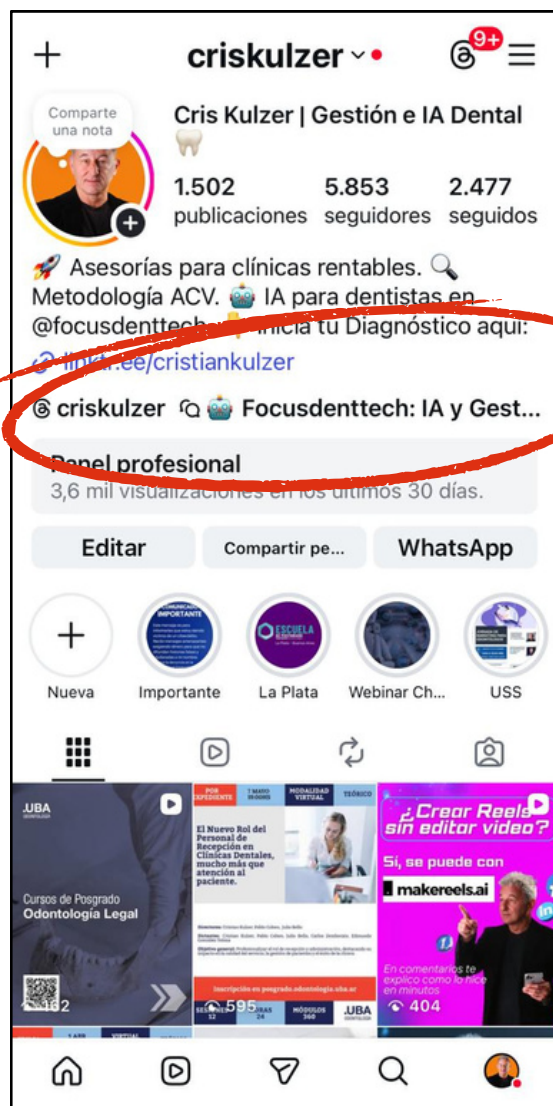
Esa no es la intención de **FocusDent Tech**, no busca correr a nadie, sino ordenar y filtrar lo que realmente importa, para que puedas entender el contexto sin sentir que llegás tarde.

Para quienes prefieren estar más al día sin esperar el newsletter mensual, armé un canal de difusión en Instagram (en mi perfil @criskulzer), donde comparto información cada dos días, en formato simple y directo.

La tecnología avanza, pero el criterio, el tiempo y el bienestar siguen siendo centrales en nuestra salud.

Seguimos.

— Cris



¿Querés estar al día con lo último en IA, gestión y marketing para clínicas dentales?

En **FocusDent Tech** compartimos herramientas, ejemplos y tendencias que están transformando la odontología en todo el mundo.

 Aprendé
 Compartí
 Conectá



HACE CLIC EN LOS ÍCONOS



 Seguinos en Instagram y sumate al grupo de WhatsApp