Confía en tu *sonrisa*

Memoria sistema de producto

PADCV 2025

Sonrisa
Odontología
Salud
Odontología
Bienestar
Sonrisa
Salud
Sonrisa
Bienestar
Odontología
Salud
Odontología
Bienestar
Sonrisa
Odontología
Salud
Bienestar
Odontología
Sonrisa
Bienestar
Odontología
Sonrisa
Bienestar
Odontología
Bienestar

Tu sonrisa en
las *mejores*
manos.

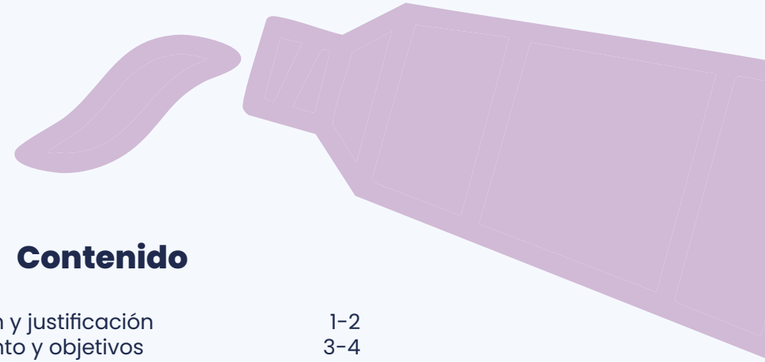
Gabriela Bermúdez Gómez
Énfasis en marca y complementaria en mercadeo
Diseñadora de comunicación visual

Asesor: Jhoiner Cuellar Arenas

Pontificia Universidad JAVERIANA Cali

FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT

SOMOS TODOS



Contenido

Introducción y justificación	1-2
Planteamiento y objetivos	3-4
Aliado y usuario	5-6
Proceso creativo	7-8
Sistema producto	9-10
Validación y agradecimientos	11-12
Referencias	13

Tema

Estrategia de comunicación visual para promover el autocuidado bucodental ***e informar sobre los servicios especializados*** del consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos a los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

Introducción

La salud bucodental es esencial para el bienestar general, sin embargo, muchos jóvenes universitarios desconocen cómo sus hábitos diarios pueden afectarla. Según el Tercer Estudio Nacional de Salud Bucodental, ***aproximadamente el 70% de los jóvenes entre 15 y 24 años presentaba sangrado por las encías,*** indicando una alta prevalencia de gingivitis en esta población.

Justificación

Este proyecto surge ante la necesidad de ***fortalecer la conexión*** entre los servicios odontológicos especializados y los estudiantes universitarios, quienes, a pesar de tener acceso a información, ***carecen de conocimiento sobre la importancia del autocuidado bucodental y las especialidades disponibles.*** "Confía en tu Sonrisa" propone una estrategia de comunicación visual que, mediante un enfoque empático y educativo, ***busca informar, motivar y generar confianza en los jóvenes,*** posicionando al consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos como un aliado en su bienestar oral.

Planteamiento

Confía en tu sonrisa es un proyecto que diseña una estrategia de comunicación visual para que los jóvenes universitarios ***conozcan los servicios especializados del consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos*** a través del autocuidado bucodental.

Objetivos

General

Plantear una **estrategia de comunicación** visual que informe sobre los servicios especializados en salud bucodental del consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos a los universitarios de la Pontificia Universidad Javeriana Cali en el 2025.

Específicos

Analizar la **situación actual** del consultorio y el mercado odontológico universitario para identificar oportunidades de comunicación

Identificar el **nivel de conocimientos y percepción** que tienen los jóvenes universitarios sobre la salud oral y los servicios odontológicos especializados.

Diseñar la **estructura de una estrategia** de comunicación visual que permita difundir los servicios especializados del consultorio de manera atractiva y accesible para el público objetivo.

Aliados expertos

Especialistas en salud oral acompañaron el proceso investigativo, ***aportando*** su conocimiento y experiencia profesional en cada fase del proyecto.

***Julián Bermúdez*, odontólogo** especialista en ortodoncia .

***Darío Bermúdez*, odontólogo** especialista en implantología oral

Egresados de la Universidad del Valle, los doctores Darío y Julián, ***hermanos*** y apasionados por la odontología, decidieron unir sus especialidades implantología y ortodoncia para crear **Bermúdez Mejía Odontólogos**, con el propósito de devolver la confianza y bienestar a las personas a través del cuidado oral.

Usuario

Los estudiantes de la ***Universidad Javeriana*** de Cali fueron el centro de este proyecto.

Estudiantes entre los 18 y 25 años

En la fase de análisis los estudiantes ***desconocían*** que hábitos cotidianos como vapear, morderse las uñas o consumir bebidas carbonatadas afectaban su salud oral, y tampoco sabían de las especialidades odontológicas para tratarlos.

Proceso creativo

Con base a los ***hallazgos de la investigación***, se desarrollaron ideas visuales que conectaran con los jóvenes universitarios.

Para aterrizar esas ideas, se planteó una ***metodología proyectual basada en Design Thinking***, que permitió dar orden, claridad y sentido al proceso de diseño.

Se estructuraron ***cuatro fases*** para el desarrollo del proyecto, incluyendo una etapa de ***captación*** que incorporó un ***producto físico*** como herramienta clave.

Metodología

Denominada "Limpieza profunda"
Basada en el diseño centrado en el usuario porque **facilita la creación de estrategias de comunicación visual** innovadoras y centradas en las necesidades.

1 **Detartraje** (Remoción de cálculos dentales)

Análisis del consultorio y del mercado odontológico universitario.

*En esta fase se trabajaron los **objetivos específicos 1 y 2** (Análisis e identificación)*

2 **Profilaxis dental** (Retirar manchas extrínsecas de los dientes)

Procesamiento y conceptualización de la información recolectada

*En esta fase se trabajó el **objetivo específico 3** (Diseñar la estructura de la estrategia)*

3 **Aclaramiento dental** (Retirar manchas intrínsecas y extrinsicas de los dientes)

Prototipado y ajustes del producto

*En esta fase se trabajó el **objetivo específico 3** (Diseñar la estructura de la estrategia)*

4 **Fluorización** (Remineraliza los dientes y los fortalece)

Implementación y monitoreo de la estrategia

*En esta fase se trabajó el **objetivo específico 3** (Diseñar la estructura de la estrategia)*

Descripción del sistema

El desarrollo del sistema de la estrategia se ***dividió en 4 fases:***

Identidad

La ***identidad visual*** del consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos ***ya estaba establecida.*** En esta fase, se realizó un análisis de sus elementos gráficos para comprender cómo integrarlos eficazmente en la estrategia.

Armonización

Se adaptó la temática visual al ***entorno físico del consultorio***, incorporando elementos gráficos y decorativos que reflejan la identidad de la marca.

Captación

Se diseñó un ***kit de autocuidado bucodental*** con una temática lúdica. El uso de la sopa de letras y las cartas tipo póker introduce elementos lúdicos, visuales y memorables en la estrategia.

Informar

Se implementó una parte ***digital*** que complementa la experiencia física, proporcionando ***contenido infromativo*** sobre salud bucodental a través de plataformas digitales.

Sistema producto

Bolsita que contendrá el kit dental y las cartas

Kit dental que contendrá:
Cepillo de dientes
Limpia lengua
Cepillo interdental
Seda dental
Crema dental

8 cartas divididas en bienestar y especialidades

Azules:
Bienvenida
Tips para cuidar tu sonrisa
Consecuencias de no cuidar tu sonrisa
Recompensa por parte de Bermúdez Mejía Odontólogos

Moradas:
Hablan sobre algunos procedimientos que se hace en la ortodoncia

Verdes:
Hablan sobre algunos procedimientos que se hace en la implantología

Validación

Se realizó a ***estudiantes*** de la universidad Javeriana Cali y al ***aliado experto*** para ver que pensaban sobre el resultado del producto.

Observaciones

"El kit dental me facilitaría mucho la vida en la u"

"Tal vez para la u solo usaría el kit, la bolsita para cuando me vaya de paseo"

"Las cartas son muy fáciles de leer y entender"

"Me da ganas de ir al consultorio para que me lo regalen"

Con esto se puede concluir que el consultorio podría visibilizar sus servicios a los universitarios por medio del kit, los ***comentarios fueron positivos***, les atrajo mucho la sopa de letras, querían jugar, pero sobre todo ***se interesaron por la odontología.***

Agradecimientos

Agradezco profundamente a ***mis papás***, por su amor incondicional, sus sabios consejos y la paciencia que me han brindado en cada etapa de este proceso. A ***mi hermano***, por sus críticas constructivas que me impulsaron a mejorar constantemente. A ***mis amigos y mi a mi novio*** por su compañía, comprensión y apoyo inquebrantable. A ***mis profesores***, por compartir su conocimiento y guiarme con dedicación. A ***mi tío***, por su constante apoyo y por ser una fuente de inspiración. Y, sobre todo, al ***consultorio Bermúdez Mejía Odontólogos***, por confiar en mí y abrirme las puertas de su espacio y conocimiento.

Referencias

Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). IV Estudio Nacional de Salud Bucal - ENSAB IV. Recuperado de [Ministerio de Salud y Protección Social].

Organización Mundial de la Salud. (2022). Salud bucodental. Recuperado de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/oral-health

Organización Mundial de la Salud. (2024). Informe global sobre la salud bucodental. Recuperado de https://www.who.int/publications/i/item/9789240061880

Gobernación del Valle del Cauca. (2023). Semana de la salud bucal. Informe institucional. [Documento consultado].

Porter, M. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61–78.

Villafañe, J. (2017). La gestión estratégica de la imagen de marca. Ariel Comunicación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15ª ed.). Pearson Educación.

Tu sonrisa en
las *mejores*
manos.

Sonrisa
Odontología
Salud
Odon
tología
Bienestar
Son
risa
Salud
Sonrisa
Bienestar
Odontología
Salud
Sonrisa
Odontología
Bienestar
Salud
Salud
Salud
Salud
Sonrisa
Salud
Salud
Bienestar
Odontología
Salud
Salud
Salud
Sonrisa
Biene
star
Sonrisa
Odon
tología
Sonrisa
Bienestar
Odontología
Odontología
Bienestar
Odon
tología
Sonrisa
Odon
tología
Sal
ud
Biene
star
Bienestar
Odon
tología
Odontología
Bienestar

Realizado por:
Gabriela Bermúdez Gómez

Pontificia Universidad JAVERIANA Cali

FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT

SOMOS TODOS