

Proyecto de integración Curricular | Diciembre 2022

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO

DISERTACION PEVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Quito, Ecuador

Desarrollo de recursos gráficos que permitan explicar a los
pacientes del consultorio Ortega Dental Center sobre aspectos
referentes a implantes de coronas e incrustaciones

Nombre

Xavier Alejandro Rosero Salazar

Director

Dis. Xavier Jiménez Álvaro M.D.



Diseño de material Gráfico

para tratamientos de implantología

ÍNDICE:

Resumen	8
Abstract	9
Agradecimientos.....	10
Introducción	11
INTRODUCCIÓN	12
a. Antecedentes	12
b. Hipótesis del Trabajo.....	15
c. Objetivos.....	16
Objetivo General:	16
Objetivos específicos:	16
1. Descripción del caso y diagnóstico	17
1.1 Presentación del caso	18
1.2 Diagnóstico del caso.....	18
1.2 Diagnóstico del caso.....	19
1.2 Diagnóstico del caso.....	20
1.3 Caracterización del usuario	26
1.5 Definición del problema gráfico.....	44
1.6 Requerimientos del proyecto	46
2. Desarrollo	48
2.1 Generación de la idea (concepto).....	49
2.2 Exploración de la forma (estilo).....	52
2.3 Evaluación del ajuste gráfico	74
2.4 Desarrollo del prototipo.....	77

2.5 Detalles técnicos y de producción.....78

2.6 Evaluación de la propuesta81

3. CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES..... 87

Conclusiones y recomendaciones..... 88

Bibliografía..... 90

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura1: Árbol de Problemas..... 15

Figura 2: Edificio Kenzen Medical Center y consultorio
Ortega Dental Center..... 18

Figura 3: Recursos Empleados para explicar el procedimiento
de Implantes y Coronas Dentales..... 19

Figura 4: Material Gráfico del consultorio en redes sociales
(Facebook e Instagram)..... 21

Figura 5: Logo del consultorio odontológico antes
del ajuste gráfico 22

Figura 6: Mapa de Empatía del Usuario Principal 27

Figura 7: Mapa de Empatía del Usuario Secundario..... 30

Figura 8: Inicio de la Página Web de Dental Green 32

Figura 9: Presentación de los Profesionales que Trabajan
en el Consultorio 33

Figura 10: Información sobre los Tratamientos 34

Figura 11: Capturas del video Ventajas, desventajas y riesgos
de los Implantes dentales 35

Figura 12: Manejo de formas dentro del video 35

Figura 13: Banner de Sam Dental sobre implantes dentales..... 37

Figura 14: Banner de Sam Dental 38

Figura 15: Espacio ocupado por los banners dentro
de la página web 39

Figura 16: Categorías dentro de la página web..... 39

Figura 17: Artículos de la página web.....	40
Figura 18: Manejo de la información de cada articulo.....	40
Figura 19: Plantilla de cotización	41
Figura 20: Tipologías del logo.....	42
Figura 21: Libro digital de la EAO.....	43
Figura 21: Folleto desarrollado por DSP BIOMEDICAL.....	43
Figura 24: Post del Consultorio.....	44
Figura 23: Material Gráfico proporcionado por Arcys.....	44
Figura 23: Post de Servicios	45
Figura 24: Logo actual del Consultorio.....	51
Figura 25: Paleta cromática del consultorio.....	52
Figura 26: Ícono original y referencias	52
Figura 27: Tipologías y referencias	53
Figura 28: Exploraciones iniciales de la forma: Bocetos	53
Figura 29: Exploraciones iniciales de la forma: Íconos digitalizados.....	54
Figura 30: Propuestas del icono del logotipo	54
Figura 31: Caracteres con problemas de legibilidad dentro del logo original.....	56
Figura 32: Exploracion de la forma para la tipografía: Bocetos.....	56
Figura 33: Exploracion de la forma para la tipografía: Propuestas de fuentes existentes.....	57
Figura 34: Fuentes y caracteres seleccionados	57
Figura 35: Opciones finales del logotipo del consultorio	58
Figura 36: Tarjetas de presentación	59

Figura 37: Tamaños base para la grilla	59
Figura 38: Comportamiento de la grilla justo a los elementos	60
Figura 39: Propuestas a partir de la forma de la inicial	61
Figura 40: Hoja membretada	61
Figura 41: Carpeta y bolsillo interno de la misma	62
Figura 42: Bocetos para definir el formato del producto	63
Figura 43: Diagramación del folleto explicativo.....	64
Figura 44: Folleto explicativo	64
Figura 45: Bocetos iniciales	65
Figura 46: Manual de Identidad	65
Figura 47: Publicaciones propias del consultorio	66
Figura 48: Material proporcionado por Arcys	67
Figura 49: Propuestas de publicaciones.....	67
Figura 50: Banner actual del consultorio	68
Figura 51: Construcción de la propuesta de Banner y arte final ...	69
Figura 52: Íconos de las especialidades dentro de la página web	70
Figura 53: Imágen con explicación de la especialidad	71
Figura 54: Información de preguntas frecuentes	71
Figura 55: Información de l medico a cargo del consultorio	72
Figura 56: Galería de la pagina web del consultorio	72
Figura 56: Informacion del consultorio y plantilla de contacto.....	73
Figura 57: Mapa interactivo	73
Figura 58: Propuestas finales del logo	74
Figura 59: Capturas de la validacion realizada con la profesora Lourdes Montaña.....	75

Figura 56: Logotipo: Antes y después de las correcciones realizadas.....	76
Figura 57: Banners pagina web: Antes y después de las correcciones realizadas.....	76
Figura 58: Publicaciones informativas respecto a los tratamientos	77
Figura 59: Renders de los productos desarrollados.....	78
Figura 60: Manual de identidad	79
Figura 61: Folleto Explicativo	79
Figura 62: Hoja membretada	80
Figura 63: Tarjetas de presentación	80
Figura 64: Carpeta	81
Figura 65: Acercamiento del manum al Dr. Calos Ortega.....	82
Figura 66: Acercamiento del manum al Dr. Calos Ortega.....	83
Figura 67: Diagnostico utilizando el Folleto explicativo	84
Figura 68: Uso del folleto y una maqueta para explicar las partes de un implante	84
Figura 69: Validación del folleto a los pacientes.....	85

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1: Población Objetivo de la Educación para la Salud.....	21
Tabla 2: Tabla de análisis del signo de identidad	30
Tabla 3: Tabla de Costo temporal y atencional promedio comparados según la presencia relativa de la imagen y el texto	56

Resumen

La salud es un factor clave dentro de la calidad de vida de las personas y es por ello que es necesario que los médicos cuenten con las herramientas necesarias para ofrecer información de manera eficiente respecto al diagnóstico y los tratamientos con el fin de que el paciente tome conciencia de ellos y no tome decisiones basándose simplemente en una fe ciega hacia el profesional a cargo.

Sin embargo, para determinar cuál será la herramienta adecuada que ayude a los profesionales con la parte de la consulta se deberán considerar varios factores que determinen tanto la naturaleza como la forma del producto y sobre todo el manejo del contenido presente dentro del mismo

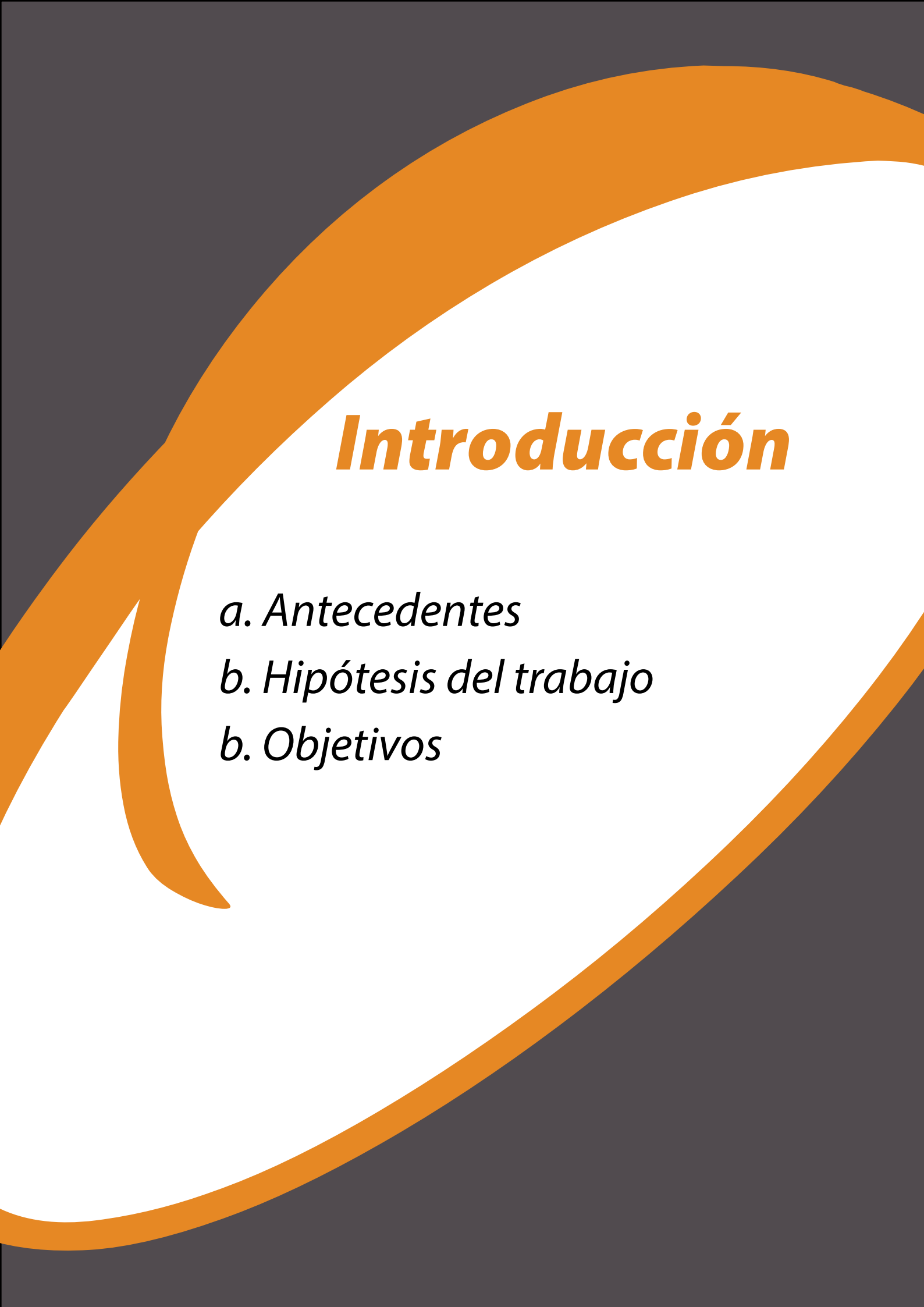
Abstract

Health is a key factor in the quality of life of people and that is why it is necessary for doctors to have the necessary tools to offer information efficiently regarding diagnosis and treatments in order for the patient to take aware of them and do not make decisions simply based on blind faith in the professional in charge.

However, to determine which will be the appropriate tool to help professionals with the part of the consultation, several factors must be considered that determine both the nature and the form of the product and, above all, the management of the content present within it.

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas que me acompañaron durante todo este proceso de aprendizaje y a mis mascotas que me han acompañado incondicionalmente en todos los momentos importantes, siendo pilares importantes de mi vida.



Introducción

a. Antecedentes

b. Hipótesis del trabajo

b. Objetivos



INTRODUCCIÓN

a. Antecedentes

La salud oral es uno de los aspectos de la vida diaria que llega a descuidarse con mayor frecuencia, en el Ecuador esto no es la excepción puesto que se presenta en la población una alta prevalencia e incidencia de diferentes patologías bucales, dicho escenario es muy similar al de muchos otros países de la región. Sanmarquina (2020) menciona en La Revista Científica de Odontología que las enfermedades de carácter oral forman parte de un problema de salud pública, y requieren de un amplio costo en su manejo y control.

Esto se debe mayormente a que las personas desconocen sobre medidas preventivas que les ayuden a preservar su salud bucal, puesto que, aunque muchas personas conservan el hábito de cepillar sus dientes, algunas de ellas poseen también costumbres que pudieran perjudicar a su salud oral como, por ejemplo, fumar o consumir comida chatarra.

Es por ello que, en el afán por resolver este problema, se ha generado un énfasis en promover actividades que ayuden a mejorar el panorama de la salud oral en el Ecuador, centrando así su atención en la prevención de las caries dentales. Por esa razón han sido varias las medidas tomadas por parte de los entes gubernamentales para reducir principalmente la incidencia de las caries dentales.

Sin embargo, las caries no son la única patología presente, puesto que en el mismo artículo se menciona que las enfermedades periodontales constituyen un grupo de patologías prevalentes con una frecuencia de entre el 20% al 50% de la población. Dichos porcentajes aumentan con la edad, se ha evidenciado que estos valores suben al 70% dentro de los adultos mayores de 65 años.

Se menciona también que las patologías que se relacionan a factores de la higiene, el consumo de cigarrillos, enfermedades sistémicas como la diabetes, el consumo de varios medicamentos y la edad, siendo el último considerado como un factor que incide dentro de la salud oral de los pacientes mayores. (Sanmarquina, 2020)

Por ello, cuando se habla de patologías odontológicas se debe tener en cuenta que estas se ven delimitadas de acuerdo con las características de un sector de la población en específico, como el rango de edades, los hábitos e incluso el estrato social.

Es por eso por lo que se debe tener en cuenta cuáles son los factores que inciden sobre los pacientes para llegar a sufrir ciertas patologías que afecten su calidad de vida, como en el caso de los adultos mayores que cuidan su salud oral mediante el uso de medicamentos, los altos costos de la atención de la salud, el nivel educativo y la clase social inciden sobre los padecimientos bucales que pueden llegar a sufrir. El hecho de que se estudie la calidad de vida de los adultos mayores respecto a la salud oral es debido a que hay un mayor interés por este sector de la población, ya que dicho sector ha presentado un acelerado crecimiento durante las últimas décadas, en la mayoría de los países dado el aumento dentro de la expectativa de vida. (Velázquez-Olmedo LB, 2014)



Velázquez menciona, que el factor del envejecimiento también ha favorecido al aumento de patologías, puesto que, al ser un sector vulnerable de la población, esto los hace propensos a adquirir más malestares bucales.

En el artículo se menciona "El Índice de Salud Oral Geriátrico (GOHAI)" como la fuente utilizada para percibir e identificar la percepción de la salud oral dentro de la calidad de vida de los adultos mayores, viendo así que existe una "baja auto percepción de calidad de vida" que se encuentra relacionada con un pobre estado de salud bucal. En el artículo se resalta también la descripción de Atchison y Dolan respecto a la salud oral, estos la describen como "la ausencia de dolor e infección compatible con una dentición funcional y cómoda que permita al individuo continuar en su rol social", se agrega también que la buena higiene es una pieza clave para mejorar la calidad de vida de las personas. (Díaz, 2012)

La calidad de vida de las personas mayores está estrechamente relacionada con la capacidad funcional y el conjunto de condiciones que les permiten mantener su participación en su autocuidado en la vida familiar y social, reestructurando su vida en torno a sus capacidades y limitaciones propias, aprendiendo a disfrutar de la vejez y viviéndola a plenitud.

Otro de los inconvenientes que se llegan a hacer presentes ante la carencia o pérdida de piezas dentales se presenta dentro del autoestima de los pacientes y la complejidad a la hora de comunicarse, debido a que se hacen presentes alteraciones de la fonación. Por ello, uno de los servicios de los profesionales de la salud bucal es la de los implantes dentales, Se busca a través de estos ayudar a devolver la funcionalidad y la estética mediante la rehabilitación protética, sin embargo, este proceso no es infalible puesto que, si estas poseen un ajuste pobre, si son inestables o incómodas, dichos implementos terminarán por afectar también la calidad de vida de los usuarios. (Velázquez-Olmedo, 2014, p.450)

Por esa razón la salud oral llega a tener repercusiones sobre la salud en general del individuo, ya que esta influye dentro del factor de la auto percepción de la salud oral y la calidad de vida en general de los adultos mayores. Es por eso por lo que una de las consecuencias más evidentes de la deficiente salud oral en este sector de la población es la pérdida de los dientes naturales, lo cual hace que las personas se vean limitadas en la gama de alimentos que pueden ingerir, siendo así los alimentos suaves la opción más adecuada para ellos, teniendo que eliminar aquellos alimentos que son difíciles de masticar, lo cual se traduce en una alimentación deficiente. Debido a que los alimentos que terminan siendo evitados son ricos en proteínas y fibra. (Velázquez- Olmedo, 2014, p.450)

Por todos estos inconvenientes se vuelve necesario que existan campañas de educación para que tanto los jóvenes como los adultos mayores puedan ajustar sus hábitos, en pro de evitar los padecimientos antes mencionados. La OMS establece a la educación para la salud como un conjunto de aprendizaje dirigido a la mejora de la alfabetización sanitaria y el desarrollo de habilidades para mejorar la salud de los individuos y comunidades.

Díaz, menciona que existen dos maneras para llevar a cabo el encuentro entre los profesionales de la salud y los individuos, siendo que el primero de ellos se relaciona con la forma tradicional de educación basada en la transmisión de información, buscando lograr un cambio de conducta dentro de los hábitos del paciente. (Díaz, 2012).



La segunda manera se basa en el diálogo con una filosofía emancipadora y de empoderamiento, es decir, que se motiva al paciente a que cambie sus hábitos mediante promesas y recomendaciones que le ayuden a optar por conductas que favorezcan a su salud oral. (Remedios Valdez-Penagos)

Por medio de lo antes expuesto, es evidente que hay una necesidad de proporcionar mayores encuentros respecto a la educación de la salud a todos los grupos vulnerables, entre los cuales se encuentran los adultos mayores, puesto que el porcentaje de programas que van dirigidos hacia ellos es del 13% solo sobre los programas dedicados hacia los adolescentes, los cuales ocupan el 12%

Tabla 1

Población Objetivo de la Educación para la Salud

Población	Frecuencia	%
Infantil	28	54
Adolecente	6	12
Adulto Joven	10	20
Adulto Mayor	7	13
Total	51	100

Fuente:Valdez-Penagos, 2019

Es así que, al revisar el documento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se pudo observar que el presente tema se encontraría ubicado dentro del objetivo 3, el cual es el de bienestar y salud, puesto que dicho objetivo tiene la finalidad de "garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades". (U.N., 2015). El proyecto se sitúa dentro de este objetivo ya que además de relacionarse con el área de salud, también cumple con la finalidad de ayudar a que el médico tenga las herramientas necesarias para poder agilizar el proceso de diagnóstico con sus pacientes de una manera eficiente.

El proceso de envejecimiento incide también en los cambios que se presentan en el estilo de vida de las personas, ya que dicho proceso contribuye de manera significativa en el volumen y distribución de las enfermedades presentes dentro de cierta parte de la población, es por eso que, es necesario promover a que las personas mayores aprendan a minimizar sus pérdidas y maximizar sus ganancias. A través de este concepto se sugiere la compensación de los deterioros para realizar las actividades cotidianas, así como aquellas que les produzcan satisfacción y bienestar.

A pesar de la gran variabilidad entre poblaciones, existen factores que se mantienen constantes y



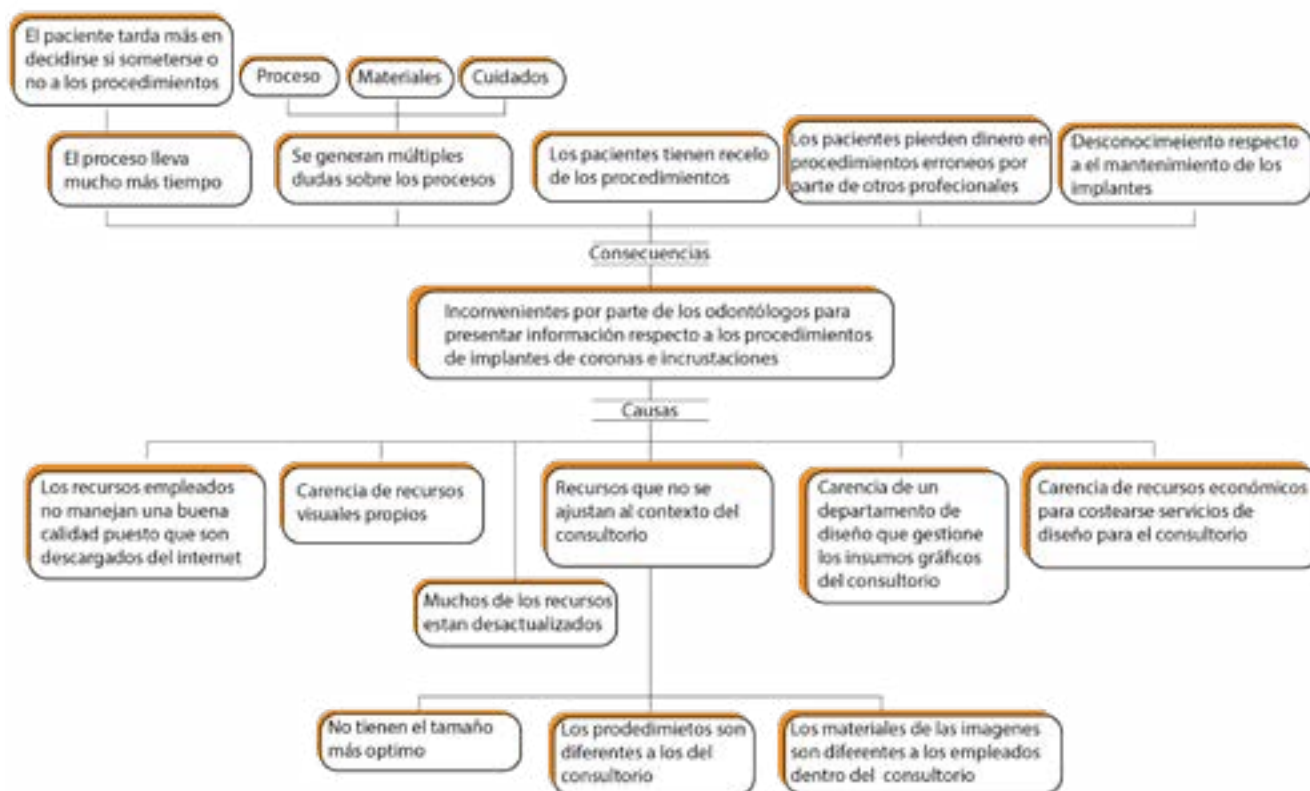
son componentes de la calidad de vida en el adulto mayor como, por ejemplo; el soporte social, los factores socioeconómicos y la escolaridad, así como los aspectos relacionados con la calidad del servicio de salud. Así mismo otro factor que resulta importante dentro de la calidad de vida es el apoyo que recibe el adulto mayor a través de su entorno social, el cual está conformado por las redes de apoyo primarias y las secundarias.

Siendo así las primarias aquellas que están constituidas por la familia. Esta relación entre los adultos mayores y sus familias se basa en la unidad familiar y en la interdependencia, mientras que, las redes secundarias están conformadas por el grupo de amigos, vecinos, parientes y grupos comunitarios.

La calidad de vida de las personas mayores está estrechamente relacionada con la capacidad funcional y el conjunto de condiciones que les permiten mantener su participación en su autocuidado, en la vida familiar y social, reestructurando su vida en torno a sus capacidades y limitaciones propias, aprendiendo a disfrutar de la vejez y viviéndola a plenitud.

Figura1

Árbol de Problemas



b. Hipótesis del Trabajo

Es así que, al hablar de la calidad de vida de los adultos mayores respecto al área de salud oral, se debe tener en cuenta la definición del concepto dado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), quien define a la salud bucal como "el bienestar físico, psicológico y social en relación con el estado



de la dentición, así como de tejidos duros y blandos de la cavidad bucal" (Sánchez-García, 2012).

Ya que las enfermedades bucales influyen sobre la calidad de vida de las personas, generan molestias dentro de varios aspectos como la masticación, la apariencia física, las relaciones interpersonales, entre otros. (Velázquez- Olmedo, 2014, p.449)

c. Objetivos

Objetivo General:

- Aportar a la comprensión de la importancia del cuidado preventivo y tratamientos odontológicos en adultos mayores como un factor clave en su salud y calidad de vida.

Objetivos específicos:

- Establecer los requerimientos del proyecto gráfico en base a un a proceso de investigación y evaluación previo del caso de estudio y de los usuarios a los que va dirigido el material a desarrollar.

Desarrollar una herramienta que pueda estar disponible en varios canales relacionados al consultorio

- para que sea fácil de encontrar por los pacientes.

Validar que los pacientes puedan comprender de una manera más eficiente sobre el procedimiento,

- materiales y cuidados implicados dentro del tratamiento.



1. Descripción del caso y diagnóstico



1.1 Presentación del caso

1.2 Diagnóstico del caso

Ortega dental Center, es un consultorio odontológico que se encuentra ubicado en el edificio Kenzen, al norte del Distrito Metropolitano de Quito entre la calle Av. América y Vozandes. El consultorio odontológico (el cual se puede ver en la figura 2) lleva tres años activo bajo el nombre de Ortega Dental Center, el cual esta a cargo del Doctor Carlos Ortega, quien se encarga de los aspectos relacionados a rehabilitación oral y los tratamientos que tienen que ver con coronas, carillas, placas, prótesis, odontología estética, además del área de consulta general.

Él ha ejercido en el campo de la odontología desde el 2000, tiempo durante el cual el consultorio también ha pasado por varios nombres como; el de Previdente Salud Dental y mucho antes de este usando simplemente el nombre de Carlos Ortega.

Figura 2

Edificio Kenzen Medical Center y consultorio Ortega Dental Center



El consultorio tiene como misión el brindar una atención-odontológica integral, contribuyendo a resolver eficazmente los problemas de Salud Oral de los pacientes, aplicando para ello conceptos de excelencia en el servicio, eficiencia en la gestión y calidez personalizada en la atención bajo un óptimo nivel científico y tecnológico. Junto con un armonioso equipo de trabajo dirigido a la excelencia y motivado por el logro de cada tratamiento realizado, su visión es mejorar la calidad de servicio odontológico, direccionando esfuerzos, orientando recursos para establecerse como un espacio de excelencia que ofrezca una asistencia dental eficiente y asertiva. Dicha visión tiene como base el ofrecer al individuo y a la sociedad que le rodea, la mejor alternativa con atención responsable y profesional en cuanto a la solución de cualquier alteración que presente él y su familia, con la intención de alcanzar niveles óptimos de Salud Oral y de esta manera contribuir con el bienestar integral de la sociedad. (Ortega D. C., 2021)

En cuanto a los valores del consultorio tenemos: la ética profesional en el servicio que se brinda, la calidez y atención personalizada, los profesionales son capacitados y especializados, el trabajo en equipo, la calidad, experiencia y excelencia y el compromiso con el desarrollo integral de la sociedad. (Ortega D. C., 2021)



El principal objetivo del consultorio odontológico es el brindar una atención óptima para cada paciente, ofreciéndole un diagnóstico preciso y haciendo uso de materiales de alta calidad para que las prótesis o implementos odontológicos resulten cómodos y duraderos. (Ortega D. C., 2021)

Así mismo en cuanto a los servicios que tiene la clínica se puede encontrar que el consultorio ofrece varias áreas de especialidades odontológicas, es por ello que, en el consultorio trabajan varios especialistas a los cuales el Doctor a cargo del consultorio, llama de acuerdo a las necesidades de cada paciente. Los profesionales fueron elegidos tras ser evaluados de acuerdo a sus años de experiencia, trabajos y experticias, sirviéndole así estos factores como una referencia respecto a su profesionalidad, sin embargo, eso no quiere decir que el doctor se desentienda de esos casos, puesto que mantiene un seguimiento para evaluar el progreso del tratamiento y ver también las opciones más pertinentes para los mismos.

1.2 Diagnóstico del caso

El Dr. Carlos Ortega, comenta que existen ciertos factores que se pueden mejorar dentro del consultorio, como la explicación de los diagnósticos que el profesional imparte a sus pacientes sobre los distintos tratamientos. Puesto que al ser complejos y no tener un material propio que le ayude a aclarar las dudas a sus pacientes respecto al proceso al que estos tendrán que someterse (implantes y coronas en este caso), se vuelve más complicado el hacer que el diagnóstico se desarrolle de una manera eficiente, teniendo que invertir más tiempo en aclarar las dudas del paciente y el buscar referencias que le sirvan de refuerzo.

El mismo médico ha indicado otro de los problemas que ha tenido en esta manera de explicar el procedimiento de los tratamientos, más allá del que le implica invertir mucho más tiempo del necesario, es el hecho de que muchas veces las imágenes que usa o que encuentra para explicar el procedimiento no se ajustan a los procesos o materiales empleados en el consultorio, lo cual complica aún más la explicación del tratamiento al que tenga que someterse el paciente.

Figura 3

Recursos Empleados para explicar el procedimiento de Implantes y Coronas Dentales



Fuente: <https://www.google.com>

Dichos recursos llegan a tener varios inconvenientes que dificultan la explicación que se ofrece al paciente, como el hecho de que las imágenes son demasiado pequeñas para que se puedan apreciar todos los detalles.



El mismo explica que es este lapso en el que busca los recursos adecuados para explicar el tratamiento donde le consume más tiempo.

Otro factor que él considera juega en su contra es que si en algún momento no tiene energía eléctrica o internet entonces se quedaría sin recursos que le ayuden al proceso de explicar el diagnóstico.

Por eso también se ha indagado sobre las dudas que tienen los pacientes, siendo así las más frecuentes aquellas que están relacionadas con el tipo de materiales, los costos y los cuidados que necesitan. Estas dudas se intentan resolver en el diagnóstico, ya que es el mismo profesional, quien, tras darle una pequeña explicación sobre el proceso al paciente, le pregunta si es que este tiene alguna duda sobre el procedimiento y es a partir de estas dudas que el médico busca los recursos necesarios para lograr intentar que el paciente pueda entender de una manera más clara sobre los diferentes factores implicados dentro del procedimiento. (Ortega C., Entrevista 2021)

1.2 Diagnóstico del caso

Al realizar un análisis respecto al material gráfico del consultorio presente dentro de los canales de comunicación del consultorio para conocer respecto a los problemas presentes dentro de dichos insumos van dirigidos hacia la publicidad del consultorio y sus servicios y dirigida a días especiales, viendo así que actualmente no cuenta con material gráfico propio que cumpla con la función de informar a los pacientes respecto a factores de prevención para salud oral o respecto a los tratamientos y especialidades ofertadas dentro del consultorio

Así mismo, se pudo ver que no existe una consistencia dentro de los recursos empleados dentro del material gráfico que denoten un manejo de la identidad grafica del consultorio, es así que dentro de estas deficiencias y se detalla lo siguiente:

- No hay un manejo adecuado respecto a la resolución de las imágenes, es por eso que muchas de ellas están pixeladas.
- Existen elementos adicionales que no corresponden a la marca presentes dentro de las composiciones.
- Las fuentes tipográficas empleadas en cada publicación son diferentes.
- El manejo empleado de los textos carece de un orden que ayude a garantizar la legibilidad
- No hay un orden claro dentro de la percepción de la información presente dentro del contenido de los insumos
- No existe un buen manejo del logotipo dentro de las fotografías, pues, como se puede ver en la figura 4 (en las publicaciones del día del padre), el logo se encuentra sobre fondos donde hay información.
- No existe un manejo adecuado de contrastes entre fondo y textos, por lo cual se dificulta la legibilidad de los textos, como se puede ver en la publicaciones del día del padre.



Figura 4

Material Gráfico del consultorio en redes sociales (Facebook e Instagram)



Fuente: <https://www.facebook.com/ortegadent>

Este factor indica que no existe como tal un criterio de diseño que se pueda aplicar dentro de las composiciones del consultorio, para lograr mantener una uniformidad dentro de los elementos de la marca, puesto que quienes han elaborado dicho material no son diseñadores o carecen de dichos conocimientos gráficos.

Es por esa razón, que dentro de los insumos se pueden ver el manejo de varias fuentes tipográficas, imágenes de baja resolución, problemas de diagramación, mal manejo de los colores de la marca más otros que no tiene relación con la misma, en la figura 4 se pueden ver varios ejemplos del material empleado en las redes sociales del consultorio Ortega Dental Center las cuales tienen la función de publicitar los servicios del consultorio.

Sin embargo, esto no ha presentado como tal un problema dentro de la imagen que tienen los pacientes del consultorio, con el fin de determinar cuál es la imagen que tienen los pacientes del

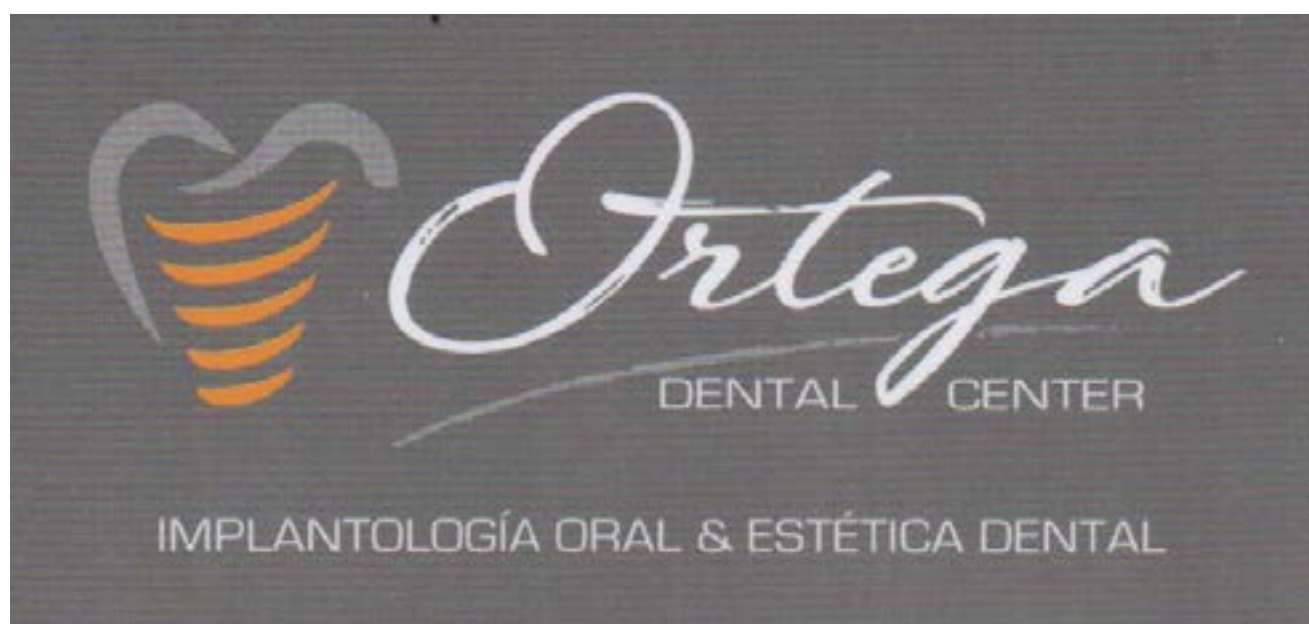


consultorio, se realizó un formato de encuesta para evidenciar dicha perspectiva, es así que se pudo ver que ellos perciben al consultorio como un lugar confiable que ofrece servicios de calidad dada la experiencia previa que han tenido con la marca.

Tras haber observado y analizado los problemas gráficos existentes dentro de los insumos actuales, se pudo ver que no hay una consistencia dentro del manejo de la identidad grafica del consultorio, por lo cual era necesario realizar un ajuste de la marca, empezando por el signo de identidad, el cual presenta varios problemas dentro de la legibilidad.

Figura 5

Logo del consultorio odontológico antes del ajuste gráfico



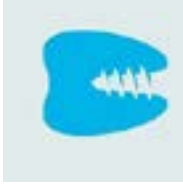
Como se ha mencionado anteriormente, uno de los aspectos clave del consultorio odontológico es la atención personalizada que brinda el médico a cargo a sus pacientes a través de la libre apertura para contestar cualquier duda que pudieran tener los pacientes, así como el seguimiento que da a los casos de cada uno para estar al tanto de sus respectivos avances.

Dicho aspecto se hace presente por medio de un logotipo con símbolo, el cual está conformado por un icono, mismo que es representado por una muela con un tornillo y por una fuente caligráfica para denotar la escritura a mano que connote el aspecto de "Servicio personalizado", el cual también se vuelve evidente en el uso de la textura dentro del logo, puesto que simula las irregularidades de la escritura con tinta o lápiz, sin embargo, aun cuando las decisiones para remarcar el aspecto de atención personalizada, existen ciertas fallas de legibilidad presentes dentro de ciertos caracteres que podrían generar conflicto en los usuarios entre menor sea el formato que se emplea con el logo.

Es por eso que para poder determinar las falencias presentes dentro del actual símbolo de identidad se hizo uso de los siguientes criterios:



Tabla 2
Tabla de análisis del signo de identidad

Parámetro	Pregunta	Valor	Respuesta Argumentativa	Descripción gráfica de la respuesta
Calidad gráfica	¿Qué calidad gráfica necesita?	Media	El símbolo tiene varios aspectos que se necesitan corregir, sin embargo, se entiende que pertenece a un consultorio odontológico, es por eso que lo que necesita es un ajuste gráfico	 
Compatibilidad estilística	¿Qué estilo necesita	Sencillo	El consultorio busca el proyectar una imagen profesional, es por eso por lo que se debe tener en cuenta que el ajuste a realizar debe ser sobrio para que la información sea fácil de percibir	  
Tipología	¿Debe tener símbolo?	Si	Porque sirve de complemento a la parte logotípica, puesto que complementa la idea de que pertenezca un consultorio odontológico y dicho símbolo se ajusta a la especialidad manejada dentro del consultorio (implantología oral y estética dental)	



Parámetro	Pregunta	Valor	Respuesta Argumentativa	Descripción gráfica de la respuesta
Reproducibilidad	¿Qué reproducibilidad necesita?	Alta	Se necesita que el símbolo se pueda adaptar a distintos formatos y materiales para que el consultorio tenga más apertura de desarrollar material gráfico con este	
Legibilidad	¿Qué grado de legibilidad necesita?	Alta	Es necesario que se entienda a que corresponde el símbolo de identidad y el nombre de este	
Vocatividad	¿Cuánto debe llamar la atención?	Medio	Deber ser claro el nombre de la marca, sin embargo, es más importante que los elementos presentes dentro del logo sean fácilmente perceptibles, sin embargo, es necesario cautelar la legibilidad del logo para procurar una pronunciación adecuada de la marca	



Parámetro	Pregunta	Valor	Respuesta Argumentativa	Descripción grafica de la respuesta
Versatilidad	¿Qué versatilidad necesita?	Media	A pesar de que el lenguaje empleado es amigable, también debe conservar un lenguaje profesional para lograr que los pacientes confíen en la calidad de los tratamientos ofertados	
Singularidad	¿Qué singularidad necesita?	Media	La marca debe tener características que le diferencien de sus competidores, sin embargo no debe alejarse demasiado de los cánones estipulados para evitar confusión en los usuarios	
	¿Debe conservar algo de la anterior?	Algunos	A pesar de que el logo presenta algunas falencias, también presenta cosas que se deben mantener para el ajuste como el estilo de fuente, la base del icono y el accesorio presente dentro del logo que reafirma o destaca el nombre del consultorio	



1.3 Caracterización del usuario

Al definir el público objetivo del consultorio, se concluye que el proyecto como tal, consta de dos públicos, los cuales son: el médico a cargo del consultorio, el cual vendría a ser el usuario principal del proyecto, puesto que este será quien haga uso de la herramienta a desarrollar, y los pacientes, quienes sería el usuario secundario del proyecto, ya que son los que se beneficiarán de la herramienta que se desarrollara. Para poder comprender a dichos públicos se desarrolló la herramienta del mapa de empatía.

Para la construcción de dichos perfiles, se partió de la percepción que tiene el doctor respecto a sus pacientes y de las características observadas a partir de la convivencia con personas que coinciden con el grupo objetivo y las varias visitas realizadas al consultorio odontológico.

Descripción del usuario principal: El doctor a cargo del consultorio

Es una persona de entre los 35-40 años, vive en el Distrito Metropolitano de Quito y pertenece a una clase social de tipo C+ y B. Su nivel de educación es superior, posee una especialidad en su área de trabajo y proviene de una familia nuclear. Ha logrado formar su propia familia y posee una vivienda propia.

Esta persona tiene responsabilidades, trabajo y a nivel personal se preocupa tanto por sus hijos como por su salud oral. En cuanto al aspecto profesional, se puede ver que su prioridad es la de brindar un buen servicio a sus pacientes, y se preocupa por ellos. Siempre se encuentra al pendiente durante los tratamientos y presta mucha atención a cualquier molestia que los pacientes puedan llegar a tener, estando dispuesto a atender cualquier duda que pueda tener el paciente.

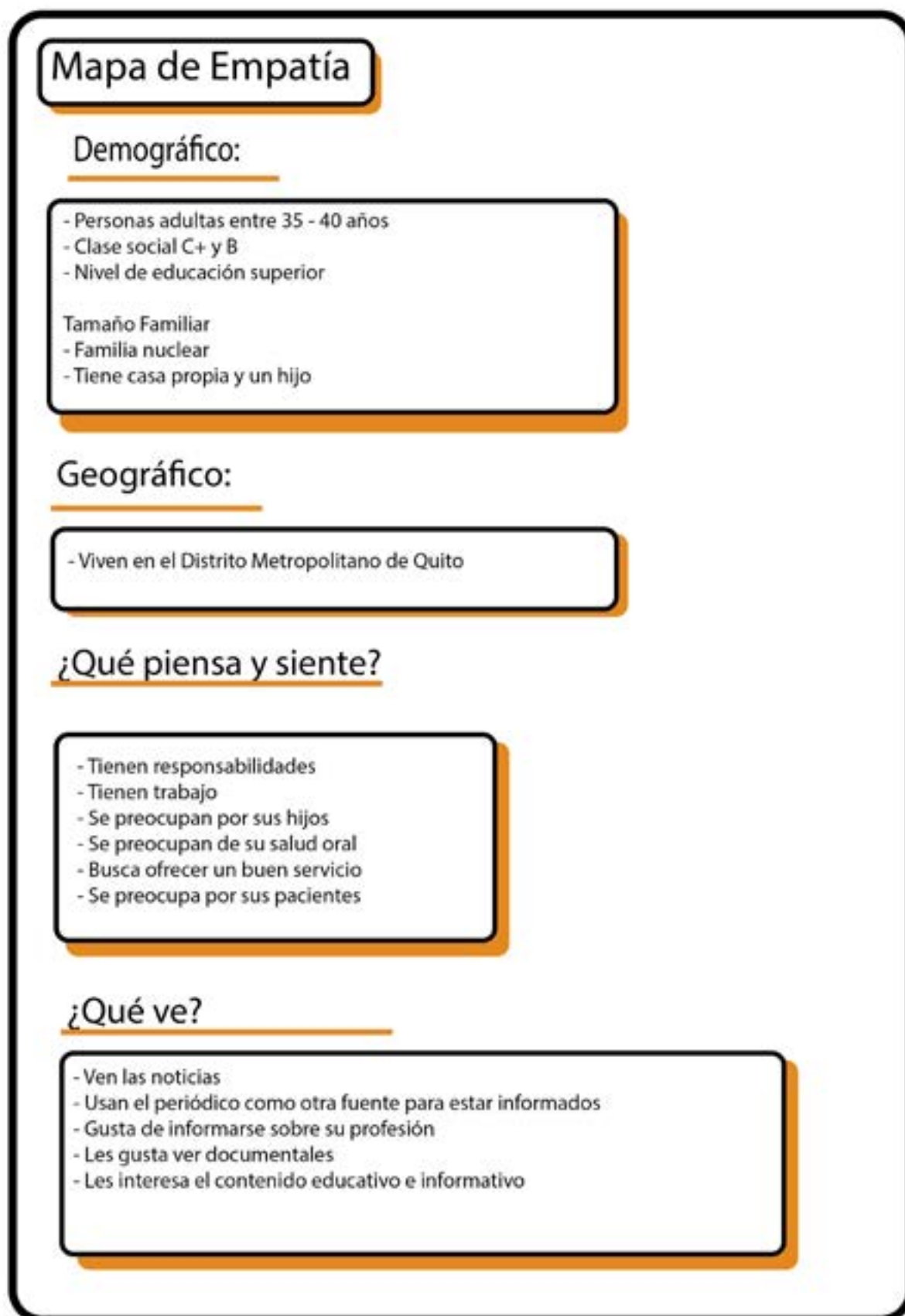
Busca mantenerse al tanto del diagnóstico que le comparten sus colegas y sobre los avances de cada tratamiento. Se mantiene al pendiente de las opiniones de los pacientes respecto al trabajo de sus colegas, así como también sobre ciertos acontecimientos suscitados durante experiencias previas con otras clínicas o consultorios odontológicos.

Se mantiene informado sobre los avances que pueda haber respecto a su profesión, ya sea en cuanto a nuevos tratamientos o en cuanto a materiales de mejor calidad. Busca mejorar la calidad de atención que brinda su consultorio a los pacientes y hace uso limitado de los canales de comunicación. Puesto que solo se utiliza el canal de WhatsApp para mantener la comunicación con los pacientes, es consciente de la carencia de insumos gráficos propios del consultorio, pero reconoce la importancia de que el consultorio cuente con insumos propios.



Figura 6

Mapa de Empatía del Usuario Principal





¿Qué escucha?

- Las dudas de sus pacientes
- Los diagnósticos de sus colegas
- La opinión sus pacientes respecto a experiencias posteriores
- Las dudas de sus pacientes
- Las molestias que presentan sus pacientes en cuanto a su salud oral
- Las necesidades de sus pacientes respecto a sus tratamientos
- Los comentarios de sus pacientes respecto a sus especialistas
- Comentarios de sus colegas respecto a herramientas odontológicas
- Comentarios respecto a mejores materiales odontológicos

¿Qué dice y hace?

- Pasa el tiempo con sus amigos y familia
- Convive y conversa con sus amigos de trabajo
- Conviven los fines de semana con sus hijos
- De lunes a viernes se dedican las labores del trabajo
- Revisa los resultados de sus pacientes
- Monitorea los tratamientos de sus pacientes
- Controla la labor de los especialistas que trabajan con el
- Monitorea la labor de los laboratorios con los que el trabaja
- Se dedica a las labores del hogar
- Ayuda a sus hijos con sus tareas
- Le gusta comparar los materiales que usa con modelos de automóviles
- Deja que su hijo le ayude en el consultorio
- Mantiene un buen control sanitario en su consultorio
- Es conciente de la importancia del diseño gráfico
- Es conciente de quienes son sus principales competencias

Esfuerzos

Busca mejorar constantemente la manera en la que atiende a sus pacientes adecuando su consultorio para brindarles comodidad así como también buscando maneras para que los pacientes entiendan sobre los tratamientos que tienen que realizarse, igualmente se preocupa por la limpieza de su consultorio

Resultados

Sus pacientes están satisfechos con la atención y los tratamientos que les ha realizado el doctor, destacan su profesionalismo y la eficiencia de los tratamientos al punto de ser ellos quienes le recomiendan con sus conocidos para que acudan a su consultorio



Descripción del usuario secundario: Los Pacientes

El público secundario del proyecto está conformado por personas que se encuentran en un rango de edad de 60 años en adelante. Pertenecen a una clase social de tipo C+ y B, estas personas cuentan con un nivel de educación medio la mayor parte de ellos vienen de familias nucleares y muchos de ellos ya han formado una familia propia, puesto que algunos ya están casados y ya tienen hijos e incluso nietos, la mayoría de ellos viven en el Distrito Metropolitano de Quito y cuentan con casa propia

Este usuario se mantiene constantemente informado de lo que ocurre en su entorno, es por ello que se mantiene al tanto de las noticias, son personas que cuentan con un trabajo o ingreso fijo, son críticos respecto a lo que consumen, tanto en cuanto a productos como en cuanto a servicios, es por ello que hacen uso de testimonios de las personas que les rodean para determinar si va a utilizar o no algún servicio, este mismo criterio se aplica respecto a si se van a someter o no a un tratamiento, puesto que buscan que el servicio que se les ofrezca sea de calidad y garantice buenos resultados.

No conoce mucho respeto al aspecto preventivo de la salud oral, sin embargo, poseen hábitos de cuidado dental básicos como el cepillado de dientes, dichos hábitos han sido cultivados desde temprana edad. Muchos de ellos han optado por dejar de lado hábitos como fumar o descuidar su alimentación, más por un aspecto de salud en general que por conocimiento de que hacer eso también ayuda mantener su salud oral.

Su vida es rutinaria, ya que sus actividades se limitan a trabajar (los que aún no están jubilados), además se encargan de ayudar a cuidar de sus nietos y buscan mantenerse en contacto con sus hijos y familia. En algunos casos realizan actividades físicas leves por sugerencia médica para mejorar su calidad de vida.

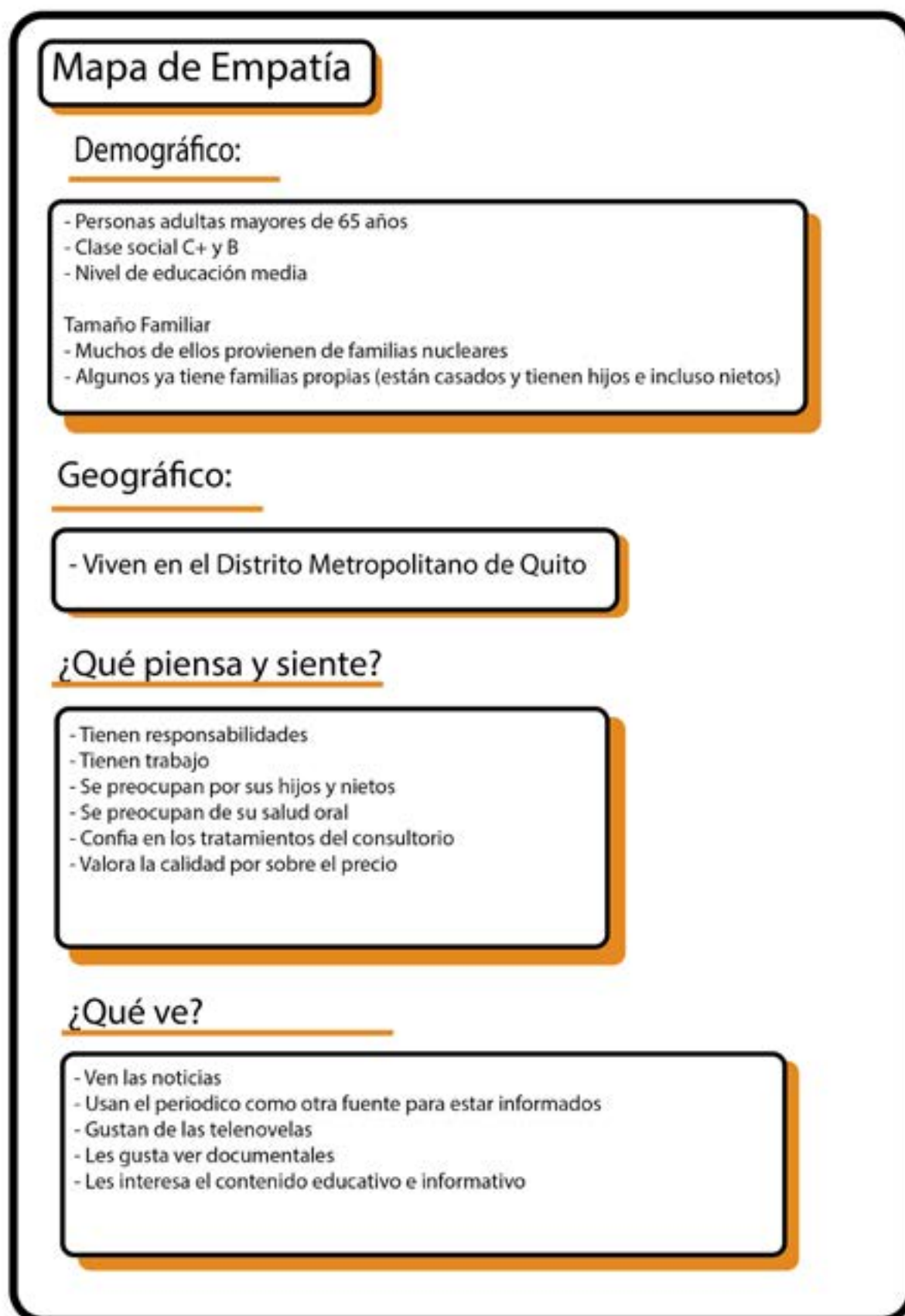
Su conocimiento sobre los tratamientos médicos es muy básicos o nulos, es por esa razón que al encontrar un buen especialista confían ciegamente en su diagnóstico, aunque en algunos casos todavía tienen dudas sobre si someterse o no a los tratamientos. Esto último puede deberse a dos factores, los cuales pueden ser miedo o la carencia económica para cotear dicho tratamiento.

El usuario está dispuesto a no escatimar en gastos respecto a su salud y la de su familia, sin embargo, es por eso mismo que es muy exigente en cuanto a la calidad del servicio se refiere.



Figura 7

Mapa de Empatía del Usuario Secundario





¿Qué escucha?

- Los consejos de su familia
- Las recomendaciones de sus amigos y compañeros de trabajo
- La opinion de otros pacientes que hayan sido atendidos en el consultorio
- La opinion de otros odontologos
- Las indicaciones del doctor y los especialistas del consultorio

¿Qué dice y hace?

- Pasa el tiempo con sus amigos y familia
- Convive y conversa con sus amigos de trabajo
- Conviven los fines de semana con sus hijos y con sus nietos
- De lunes a viernes se dedican las labores del trabajo
- Se dedican a las labores del hogar
- Ayudan a sus hijos con sus tareas
- Ayudan en la crianza de sus nietos

Esfuerzos

Viven en un momento donde están sometidos a varias circunstancias de estrés tanto a nivel personal como laboral puesto que tienen que lidiar con varios problemas tanto de carácter económico como personal, buscan tener una fuente fija de dinero para solventar todos los gastos de su hogar.

Resultados

Logran mantener una cierta estabilidad economica para poder acceder a varios servicios como el poder acudir a consultorios medicos privados y a tratamientos odontologicos que podrian llegar a ser muy costosos como en el caso de las cronas donde el tratamiento y los materiales resultan ser muy costosos pero muy comodoss para el paciente



Se procedió a revisar las tipologías que permitan conocer sobre los medios más oportunos para realizar un insumo que pueda agilizar el proceso de diagnóstico, y que ayude a que los pacientes sean conscientes sobre los factores que estarán presentes dentro del tratamiento de los implantes dentales.

Para realizar el presente análisis se han seleccionados tres tipologías, una nacional, una regional y una internacional, con el objetivo de ver que productos ya se han hecho, la finalidad con la que se han desarrollado y la manera en la que han sido elaborados.

Tipología 1: Dental Green

Dental Green es un consultorio odontológico que se encuentra en la ciudad de Quito en la Av. América y Vozandes. Son una de las principales competencias del consultorio Ortega dental center, y al igual que dicho consultorio cuentan con redes sociales para publicitar su trabajo.

El manejo gráfico de este consultorio es más claro, puesto que el criterio manejado dentro de sus insumos está más definido, tanto en cuanto al manejo de fuentes tipográficas como en cuanto a las imágenes empleadas.

Figura 8

Inicio de la Página Web de Dental Green



Fuente: <https://dentalgreenec.com/>

Se procedió a revisar las tipologías que permitan conocer sobre los medios más oportunos para realizar un insumo que pueda agilizar el proceso de diagnóstico, y que ayude a que los pacientes sean conscientes sobre los factores que estarán presentes dentro del tratamiento de los implantes dentales.



Para realizar el presente análisis se han seleccionados tres tipologías, una nacional, una regional y una internacional, con el objetivo de ver que productos ya se han hecho, la finalidad con la que se han desarrollado y la manera en la que han sido elaborados.

Tipología 1: Dental Green

Dental Green es un consultorio odontológico que se encuentra en la ciudad de Quito en la Av. América y Vozandes. Son una de las principales competencias del consultorio Ortega dental center, y al igual que dicho consultorio cuentan con redes sociales para publicitar su trabajo.

El manejo gráfico de este consultorio es más claro, puesto que el criterio manejado dentro de sus insumos está más definido, tanto en cuanto al manejo de fuentes tipográficas como en cuanto a las imágenes empleadas.

Figura 9

Presentación de los Profesionales que Trabajan en el Consultorio



Fuente: <https://dentalgreenec.com/>

En el apartado correspondiente a los tratamientos se puede ver que se hace uso de un fondo el cual es un color plano, el cual tiene relación con la línea gráfica establecida del consultorio. Además, cada área hace uso de una imagen y un ícono simple los cuales tienen relación con el tratamiento del cual se está hablando y acompañando a dichos elementos se encuentra una descripción breve del tratamiento. Dicha descripción hace uso de algunos términos técnicos para explicar los procedimientos.

En cada presentación hay un icono que sirve de vínculo directo para agendar una cita en el consultorio, dicho vínculo resulta oportuno para que los usuarios no tengan que llegar al fondo de la página para agendar una cita, aunque también se tiene que reconocer que la aplicación de WhatsApp también cumple con esta función, pero de una manera más directa.



Figura 10

Información sobre los Tratamientos



Fuente: <https://dentalgreenec.com/>

En términos generales, Dental Green tiene un buen manejo de sus recursos, estos han utilizado un estilo establecido dentro de las fuentes tipográficas, del manejo de imágenes y formas. La información se maneja de forma ordenada y eficiente, es por eso por lo que no es difícil comprender de que trata cada parte del contenido de la página del consultorio. El manejo de animaciones y transiciones es eficiente, estas evitan que se sienta monótona la navegación, dicho factor resulta importante ya que ayuda a que el posible nuevo paciente se mantenga interesado por el contenido que presenta el consultorio.

Tipología 2: Tu Salud Guía

Este es un canal cuyos propietarios son médicos de Medellín - Colombia, son especialistas en varias disciplinas y cuyo objetivo es el de ayudar a que las personas conozcan sobre varias áreas médicas como: la pediatría, geriatría, odontología, entre otras. Su finalidad es ayudarles a conocer sobre diversos tratamientos y padecimientos que la personas pudieran llegar a tener e informarles. El canal está enfocado en la salud y en el bienestar de todos, tanto de las personas como de los animales y el planeta en general. (Bienestar, 2020)

Forma parte de un portal web el cual busca ayudar a que su público pueda acceder a servicios e información médica y bienestar, ofreciéndole a este una variedad de información que les pueda ayudar a entender y resolver dudas sobre temas médicos y de vida sana. Haciendo uso de videos, artículos, charlas web, entre otras herramientas tanto digitales como presenciales

Este portal nació a manera de reporte dental y con el tiempo fue evolucionando a portal web para aportar mayor información al sector médico y a su público en general, el cual se encuentra tanto en Colombia como en el resto de Latinoamérica, España y Estados Unidos (Londoño, 2020)



Figura 11

Capturas del video Ventajas, desventajas y riesgos de los Implantes dentales



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=KND0qZBXwNE&t=5s&ab_channel=TuSaludGu%C3%ADa

El canal de “Tu Salud Guía”, es de carácter educativo, por lo cual es gratuito y está disponible para cualquier persona que quisiera conocer más sobre aspectos relacionados a la salud en general, dicho canal se encuentra a cargo de médicos especialistas de distintas áreas, dicho canal tiene como público objetivo a las personas que estén interesadas en conocer más sobre aspectos relacionados al área de la salud como los adultos mayores y las personas que pudieran necesitar o estén a punto de someterse al tratamiento del que se habla en el video, en este caso, el de implantes dentales.

En la Figura 12, se puede ver el formato empleado en los videos, así como el manejo de los recursos visuales empleados dentro de los mismos, en este caso, dichos recursos se emplean para dividir el contenido del video con la finalidad de que los usuarios puedan llevar un seguimiento eficiente del contenido presentado

Figura 12

Manejo de formas dentro del video



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=KND0qZBXwNE&t=5s&ab_channel=TuSaludGu%C3%ADa



En este se abordan varios temas médicos, los cuales son tratados por especialistas relacionados al área correspondiente al tema del video y que trabajan en el consultorio médico. Dichos especialistas abordan el tema de una manera simple sin hacer uso de terminologías complejas y haciendo uso de un formato de exposición, utilizando términos fáciles de comprender para ayudar a que los pacientes se familiaricen con los factores presentes dentro del tratamiento.

Este canal maneja un formato de entrevista y exposición, donde el tema a tratar está separado por fases, las cuales son abordadas de manera ordenada para brindar una explicación clara.

En cuanto al apartado gráfico, se puede destacar que el canal tiene un manejo adecuado de su línea gráfica, pues esta es evidente tanto dentro del logo como en los recursos adicionales empleados en el video, así mismo al hablar del formato utilizado, se puede ver que el espacio es empleado de la mejor manera posible, con el fin de evitar que los distintos recursos empleados dentro del video se amontonen e impidan una comprensión adecuada del contenido presentado.

Las fuentes tipográficas, el color y las formas manejan un criterio lógico el cual tiene como base la legibilidad y los contrastes en relación con el fondo y la línea gráfica establecida por la marca. La paleta cromática presente dentro del material gráfico analizado tiene como base el uso de colores planos que pueden ser tanto cálidos como fríos y están mayormente presentes dentro del logo de la marca.

También se puede ver que dichos criterios están presentes dentro de las cajas de texto empleadas para dar apertura a otra sección del video. Dichas cajas cumplen con la función de contrastar con la fuente utilizada y el color de esta para manejar una legibilidad eficiente del contenido.

Tipología 3: Sam Dental

Sam Dental es una clínica odontológica que se encuentra en Tijuana - México, dicha clínica está conformada por un grupo de dentistas de habla inglesa, los cuales son altamente competentes, altamente calificados y experimentados, que se especializan en implantes dentales, cirugía oral, odontología cosmética y rehabilitación oral. El personal de la clínica se encuentra altamente calificado dentro de sus respectivos campos, dada su reputación estelar. (Dental, 2021)



Figura 13

Banner de Sam Dental sobre implantes dentales



Fuente: <https://samdental.net/>

El compromiso de Sam Dental es el de brindar una atención rápida y excepcional a sus pacientes, por ello, la clínica cuenta con materiales de alta gama y con laboratorios altamente avanzados para poder garantizar resultados óptimos dentro de cada tratamiento de sus pacientes, así mismo durante la consulta, ellos buscan tomarse el tiempo necesario para mantener un diálogo completo con el paciente, en el cual se conversa junto con el paciente respecto a todas las opciones que le puede ofrecer al consultorio para que la persona se encuentre bien informada antes de tomar una decisión respecto al tratamiento que mejor se ajuste a sus necesidades. (Dental, 2021)

Para el presente análisis se ha escogido a la página de Sam Dental, con la finalidad de ver como esta maneja la distribución de la información que brinda a sus pacientes por medio de sus insumos gráficos.

Es por eso por lo que al hablar de dicho material es necesario realizar un análisis de cada elemento presente dentro de la página web de la clínica odontológica, ya que dicha página se encuentra organizada de acuerdo a la importancia de su contenido y su rol dentro de la página web.

Ya que las enfermedades bucales influyen sobre la calidad de vida de las personas, generan molestias dentro de varios aspectos como la masticación, la apariencia física, las relaciones interpersonales, entre otros. (Velázquez- Olmedo, 2014, p.449)



Figura 14

Banner de Sam Dental



Fuente: <https://samdental.net/>

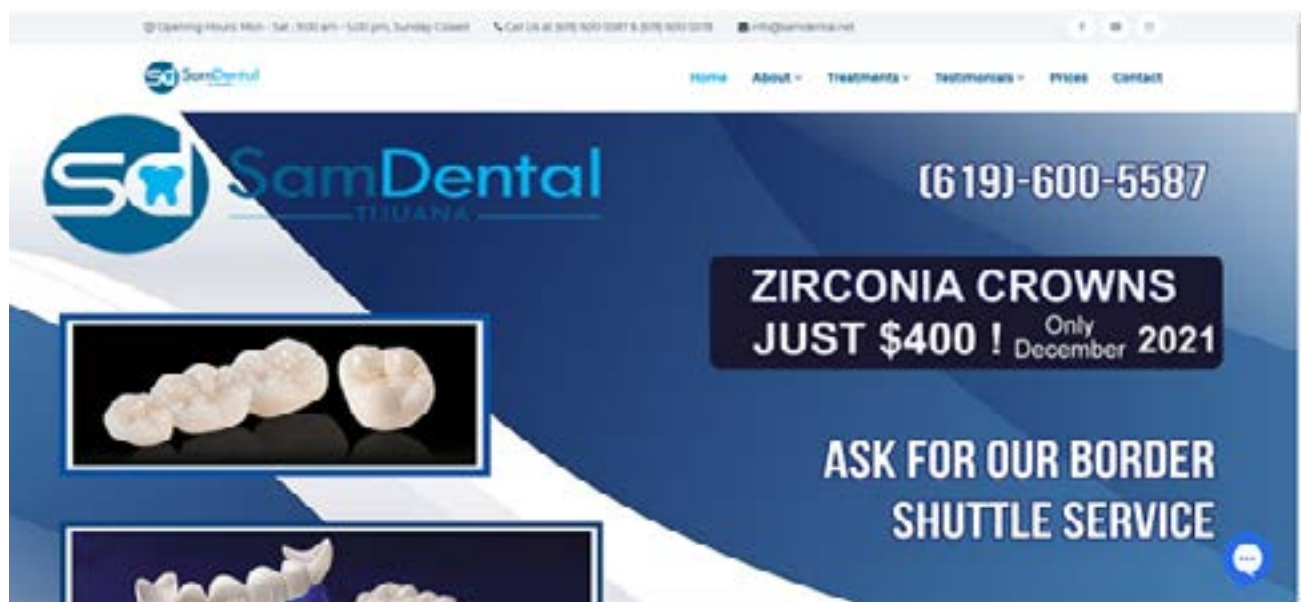
La página web hace uso de varios banners que buscan publicitar los servicios odontológicos de la clínica, dicho elemento resulta ser importante dentro de la comunicación que tiene el consultorio con sus pacientes puesto que presenta información prioritaria como el número de contacto, los tratamientos y el rango de precios que se manejan dentro del consultorio. Así mismo se destaca el manejo de imágenes relacionadas al tratamiento, dichas imágenes son limpias y de buena calidad.

Sin embargo, aunque las composiciones tienen un manejo adecuado en cuanto a las imágenes, color y las fuentes, dichos elementos presentan ciertas falencias respecto al manejo del formato, y la distribución del texto. Puesto que este resulta ser más grande que el espacio disponible, este factor hace que se complique el tener una visualización óptima de las piezas gráficas, haciendo que se genere una incomodidad dentro de la percepción del contenido de cada una debido a los cortes que se presentan al no encajar adecuadamente en el área de la pantalla.



Figura 15

Espacio ocupado por los banners dentro de la página web



Fuente: <https://samdental.net/>

Otro de los factores de comunicación que cabe destacar de esta tipología es el manejo de menús que ayudan a mantener la información de la página organizada por categorías, lo cual facilita la navegabilidad para los usuarios.

La información manejada dentro de la página hace uso de categorías relevantes que podrían ser del interés de futuros pacientes como la información general de la empresa, los tratamientos que se ofertan, testimonios, precios y la información respecto a los canales de contacto de los cuales dispone el consultorio.

Figura 16

Categorías dentro de la página web



Fuente: <https://samdental.net/>



En la sección designada a los tratamientos que ofrece la clínica, se pueden ver varios artículos que pretenden informar a los pacientes respecto a los tratamientos a los que podría llegar a tener que someterse dependiendo de su malestar. Dichos artículos hacen uso de imágenes esté relacionadas con el tema para otorgar una idea visual de la información que se presenta.

Figura 17

Artículos de la página web



Fuente: <https://samdental.net/>

Aunque es importante que dicha información esté al alcance de los pacientes, es necesario saber manejarla adecuadamente con la finalidad de que dicha información no se vuelva pesada, y es este último aspecto en el que la página de Sam Dental falla, ya que, al ingresar a uno de los artículos se puede ver que el contenido presenta solo una imagen y texto, es por eso por lo que asimilar la información presente dentro de cada tema se vuelve una tarea pesada para el usuario.

Figura 18

Manejo de la información de cada artículo





Al llegar al final de la página se puede encontrar otra herramienta importante, la cual es la tabla de costos de cada tratamiento y servicio del consultorio. La tabla tiene una lista de los tratamientos y costos manejados dentro de las sucursales de Estados Unidos y México.

Así mismo, a lado de la tabla de costos se encuentra una publicación de una plantilla de costos que oferta la clínica a sus pacientes respecto a los tratamientos ofertados por el consultorio. Esta herramienta resulta ser de suma utilidad en el aspecto de la comunicación, ya que a través de esta el paciente puede tener un panorama del tipo de servicio que ofrece el consultorio odontológico dentro de sus tratamientos.

Figura 19

Plantilla de cotización

The screenshot displays the Sam Dental website. On the left, a blue box titled "Quality Dentistry at Affordable prices!" contains a table comparing dental services between Tijuana and the USA. On the right, a dark blue box features a photo of a smiling woman and a "Free Consultation" offer, stating that patients can save nearly 70% on treatments compared to the USA. Both sections include buttons for "View All" and "Make an Appointment".

Treatment Price List	Tijuana	USA
Root Canal Therapy	\$305 - \$395	\$650 - \$1,350
Dental Implant Placement	\$600 *special	\$2,200
PCH opaque standard finish	\$335	\$750
Immediate acrylic full or partial	\$380	\$625
All porcelain Emax crown or veneers	\$425	\$1,150
Regular Cleaning	\$40	\$100
White Composite Filling One Surface	\$45 - \$85	\$150 - \$270
Exam and Evaluation	\$20	\$120

Fuente: <https://samdental.net/>

A pesar de que Sam Dental no cuenta con un manejo óptimo de los elementos gráficos dentro de sus insumos, es necesario reconocer que el manejo de la información dentro de la página web del consultorio es óptimo puesto que dicha información se encuentra organizada de tal manera que los usuarios puedan acceder fácilmente.

Tipologías referentes al logo:

Durante el proceso de ajuste se debieron considerar varias alternativas que ayuden a dar noción para desarrollar las propuestas para el símbolo de identidad.

Al buscar alternativas para el logo se encontró que existe una generalidad dentro del símbolo que representa a los odontólogos (un diente), y aun que como se podrá a ver a continuación, existen ciertos consultorios que salen de este estándar haciendo uso de otros elementos relacionados al área.

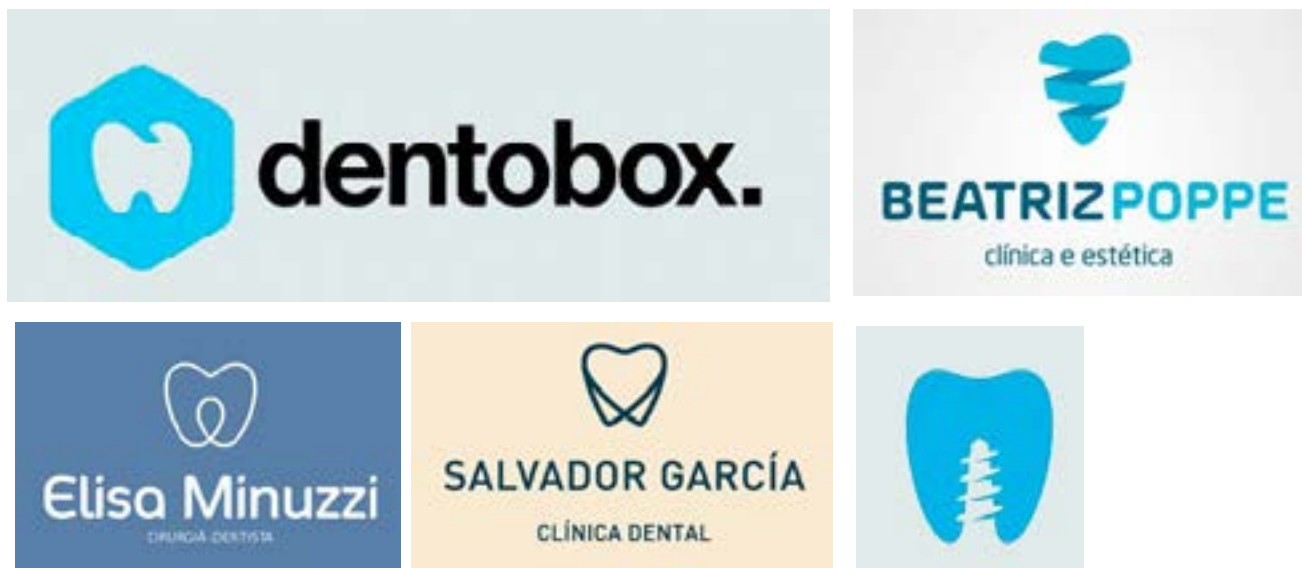
Aunque hubo varios signos revisados anteriormente, se debe destacar las tipologías más importantes que se tomaron en cuenta para el desarrollo del símbolo de la identidad salieron de la página "Vintise7"



la cual cuenta con una recopilación de logos de dentistas en su artículo "39 logos de dentistas".

Figura 20

Tipologías del logo



Fuente: <https://vinti7.com/39-logos-de-dentistas/>

A pesar de que Sam Dental no cuenta con un manejo óptimo de los elementos gráficos dentro de sus insumos, es necesario reconocer que el manejo de la información dentro de la página web del consultorio es óptimo puesto que dicha información se encuentra organizada de tal manera que los usuarios puedan acceder fácilmente.

Tipologías referentes al logo:

Durante el proceso de ajuste se debieron considerar varias alternativas que ayuden a dar noción para desarrollar las propuestas para el símbolo de identidad.

Al buscar alternativas para el logo se encontró que existe una generalidad dentro del símbolo que representa a los odontólogos (un diente), y aun que como se podrá a ver a continuación, existen ciertos consultorios que salen de este estándar haciendo uso de otros elementos relacionados al área.

Aunque hubo varios signos revisados anteriormente, se debe destacar las tipologías más importantes que se tomaron en cuenta para el desarrollo del símbolo de la identidad salieron de la página "Vintise7" la cual cuenta con una recopilación de logos de dentistas en su artículo "39 logos de dentistas".



Figura 21

Libro digital de la EAO



Fuente: https://issuu.com/eao.org/docs/eao_libro_espanol

Al buscar productos similares que se hayan trabajado a nivel de latinoamerica se pudo observar que solo brasil tiene un producto similar al de la EAO, al cual ha sido elaborado por DSP BIOMEDICAL quienes son una empresa encargada en la produccion de productos destinados a la salud oral y maxilofacial, el material lleva por nombre "Informação ao Paciente" el cual hace uso de una dinamica similar para el producto, aunque en este caso se hace una combinación entre ilustración y modelos 3D como refuerzos visuales para la información.

Figura 21

Folleto desarrollado por DSP BIOMEDICAL



Fuente: <https://dspbiomedical.com/pt-br/downloads/>



1.5 Definición del problema gráfico

Figura 24

Post del Consultorio



Fuente: <https://www.facebook.com/ortegadent>

Al realizar el análisis sobre los insumos gráficos que se están manejando actualmente dentro del consultorio odontológico, se pudo ver que la naturaleza de dichos insumos es mayormente de carácter publicitario, puesto que buscan el anunciar los servicios que ofrecen dentro del consultorio odontológico, así como también ciertas promociones que pudiera estar ofreciendo el consultorio durante una determinada temporada o de carácter festivo, para hacer que la marca este presente durante una cierta fecha importante, sin embargo, tales piezas no mantienen un criterio gráfico de sistema de identidad dentro de dichas publicaciones y las imágenes que se utilizan dentro de las mismas llegan a presentar ciertas fallas como el hecho de pixelarse o tener marcas de agua que indican que fueron extraídas de otras páginas web.

Estos errores se deben a que dentro del consultorio no cuentan con un departamento de diseño que gestione los insumos del consultorio, puesto que quienes se encargan de la elaboración de material gráfico para el consultorio son conocidos del mismo doctor o proveedores que le facilitan dicho material al consultorio, es por ello que en general la calidad de dicho material gráfico es muy baja.

Figura 23

Material Gráfico proporcionado por Arcys



Fuente: <https://www.facebook.com/ortegadent>



Por otra parte, se puede observar que las publicaciones que se realizan dentro de las redes del consultorio tienen un esquema simple el cual consta del uso de una frase concreta relacionada al tipo de servicio que ofrece la marca.

Figura 23

Post de Servicios



Fuente: <https://www.facebook.com/ortegadent>

Las redes del consultorio poseen varios problemas en cuanto al uso de una línea gráfica, puesto que el consultorio no cuenta con un área o un colaborador en diseño gráfico y comunicación. Aunque este aspecto en sí no ha resultado ser como tal un gran problema, puesto que la mayor parte de los pacientes han llegado a conocer al consultorio por consejo de un conocido o familiar y siguen yendo al mismo lugar porque están contentos con los resultados de los tratamientos odontológicos.

Sin embargo, esto no quiere decir que se deba pasar en alto las falencias presentes en el material gráfico actúan de las redes del consultorio, puesto que estas influyen dentro de la percepción que tienen los posibles nuevos pacientes respecto a la marca.

Es por eso por lo que una de las necesidades que se hace presente dentro de las redes del consultorio es realizar un ajuste sobre la línea gráfica actual del consultorio para generar un criterio que sirva de guía elaborar más material gráfico que satisfaga las distintas necesidades que pudiera tener el consultorio como el captar la atención de más usuarios.



Es así que existe un problema gráfico dentro del consultorio puesto que como tal la marca no hace uso de una línea gráfica dentro de sus insumos, sin embargo, el área que corresponde al presente proyecto no busca incidir directamente en el área de identidad de marca sino en el desarrollo de insumos informativos y persuasivos.

En este aspecto se pudo ver que la marca carece de insumos propios para poder brindar una explicación clara sobre los procedimientos odontológicos que ofrece el consultorio, pues si bien es cierto el consultorio como tal tiene un punto a favor el cual es la confianza de los pacientes respecto a la eficiencia y la calidad que se ofrece dentro del consultorio, aun acosta de cualquier deficiencia gráfica existente.

Sin embargo es justo por eso que es necesario que el consultorio cuente con herramientas que mejoren la calidad de la experiencia que pueden tener los pacientes dentro del consultorio, es así que el mismo doctor a cargo del consultorio manifestó tener interés en el desarrollo de un insumo de carácter informativo que le ayude a poder explicarles a sus pacientes de una manera óptima y eficiente sobre los procesos, materiales y cuidados implicados dentro de ciertos tratamientos como es el caso de los implantes dentales.

1.6 Requerimientos del proyecto

Tras haber realizado el análisis sobre las necesidades del caso de estudio y los insumos gráficos que este posee, se puede determinar que existen varios requerimientos que se tienen que tomar en cuenta durante la realización del proyecto tales como; el ajuste gráfico de la marca, y la definición del sistema gráfico de la misma con la finalidad de hacer que la marca se ajuste a un criterio de diseño que pueda estar presente dentro de cualquier material desarrollado para el consultorio, como por ejemplo el material a desarrollar dentro del presente proyecto.

Para empezar se debe plantear un criterio de diseño en base a los elementos gráficos presentes dentro del manejo de la marca, con la finalidad de establecer una lógica dentro del manejo de la tipografía, la cromática y las formas presentes dentro de futuros materiales; del mismo modo se considera necesario este requerimiento para la elaboración del producto gráfico que corresponde al material gráfico del presente proyecto, puesto que actualmente, el consultorio carece de tales criterios de diseño con los cuales se pueda trabajar para la elaboración de insumos gráficos.

Otro factor que tiene que considerarse dentro de estos requerimientos es el uso de información gráfica que sea fácil de comprender, puesto que la finalidad del presente proyecto es desarrollar un insumo que ayude al paciente en la comprensión sobre los factores implicados dentro del procedimiento odontológico y permitiendo que el usuario sepa el impacto dentro de su salud y por ende en su calidad de vida.

Así mismo se debe tener en cuenta que el material tiene que favorecer a la optimización del tiempo que tiene el médico para explicarle al paciente sobre el procedimiento al que se va a someter, ya que, en palabras del doctor, el material que emplea actualmente (imágenes extraídas del internet) no le permiten hacer un uso adecuado del tiempo de consulta.



El siguiente requerimiento de diseño, va enfocado en mantener el material al alcance del médico y de los pacientes, este requisito surge a partir de la importancia de que los pacientes puedan acceder al material en cualquier momento para que lo puedan volver a revisar cuando quieran sin necesidad de ir al consultorio.

Así mismo se debe acoger como aspectos claves para el proyecto, la salud preventiva, el cuidado de la salud oral en los adultos mayores y la persuasión para cambiar los hábitos y acceder a los tratamientos odontológicos.

Se ha establecido como principales características de las herramientas gráficas que sean de fácil acceso y uso; debe estar presente en los canales de comunicación entre el consultorio y los pacientes, su uso debe ser intuitivo para los usuarios.

Dicho insumo debe transmitir la información del diagnóstico eficientemente y agilizar el proceso de dialogo respecto al diagnóstico entre el paciente y el médico, así mismo el contenido debe ayudar a proyectar una filosofía de emancipación y empoderamiento para el usuario.

Así mismo se debe considerar factores como el costo de producción y el formato del producto para, para facilitar la disponibilidad del material en el consultorio y que los usuarios puedan llevarlo consigo mismos



2. Desarrollo



2.1 Generación de la idea (concepto)

En el libro, "Diseñar para los ojos" de Joan Costa se menciona la importancia de que los elementos se muestren de manera clara y balanceada, ya que al no hacerlo la atención se vuelve difusa, dificultando la comprensión del mensaje gráfico, tal es así, que el mismo libro describe al ojo como una diana (cuando el ojo ve pero no mira) o un radar (cuando la mirada es activa y se encuentra en constante búsqueda de datos en información que le ayuden a comprender lo que está viendo), este aspecto es relevante para el desarrollo de material gráfico, para saber manejar de manera adecuada los elementos de diseño en pro de asegurar una correcta comprensión del mensaje, siendo un aspecto de gran importancia para garantizar la correcta comprensión del mensaje por parte del público y de los usuarios. (Costa, 2003)

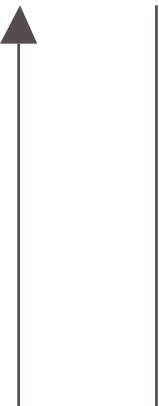
En el libro se destaca que los aspectos del ojo son importantes a la hora de persuadir al usuario, ya que, mientras el ojo-diana puede ser cautivado y atraído, es el ojo- radar es el que se encarga de tomar la iniciativa a través de un análisis de todos los elementos por separados, en busca de la comprensión del mensaje o beneficio que se pueda estar ofreciendo a través de la pieza gráfica.

Todo material gráfico depende de un receptor humano, el cual, a través de una breve percepción de los elementos presentes dentro de una composición gráfica, pueda determinar si el mensaje presente es fácil de comprender o si dicho material presenta alguna dificultad, es necesario que los elementos empleados por el diseñador vayan de acuerdo con el tiempo estimado de análisis en base al tipo de producto que se está elaborando, con el fin de lograr una recepción adecuada.

Tal es así que Costa adjunta en su libro una tabla en la cual detalla el tiempo estimado que tiene cada tipo de material para captar y mantener la atención de las personas:

Tabla 3

Tabla de Costo temporal y atencional promedio comparados según la presencia relativa de la imagen y el texto

Medios de comunicación gráfica	Tiempo de percepción-lectura	Predominio relativo imagen - Texto
Cartel	1 - 2 segundos	 Imágen
Anuncio	2 - 4 segundos	
Embalaje	3 - 5 segundos	
Anuncio Textual	5 - 10 segundos	
Folleto dos caras	8 - 10 segundos	
Desplegable	12 - 20 segundos	
Catálogo (8 páginas)	20 - 30 segundos	



Medios de comunicación gráfica	Tiempo de percepción-lectura	Predominio relativo imagen - Texto
Memoria anual	30 - 50 segundos	
Manual de instrucciones	40 - 100 segundos	

El correcto manejo de los elementos gráficos se vuelve un aspecto importante para asegurar resultados eficientes en la percepción del mensaje, estableciendo así un sistema gráfico que sirva de guía para garantizar adecuados resultados.

El desarrollo de las primeras propuestas se vio que uno de los principales requerimientos previos era el realizar un ajuste de la marca y generar un criterio gráfico que ayude al desarrollo del material propuesto para el proyecto actual; el caso de estudio carece de un criterio que sirva de guía para el correcto desarrollo de insumos gráficos, hecho que se puede evidenciar al ver los insumos gráficos actuales del consultorio.

Se inicia con una intervención en los aspectos propios del consultorio, como, por ejemplo: sus valores, especialidades y tipo de servicio ofertado dentro del consultorio para saber si dichos elementos están presentes de alguna manera dentro del logo del consultorio. Los elementos fueron primeramente analizados y comparados con los presentes dentro del símbolo de identidad actual del consultorio, con la finalidad de evidenciar si estos se encuentran presentes o si es que es necesario realizar algún cambio adicional para hacerlos notorios, así como también identificar los errores y aciertos que se deban conservar.

De esta manera en el análisis, se observa un símbolo relacionado a el área de Implantología, especialidad que se oferta dentro del servicio del consultorio dental, dentro del logo actual se puede identificar una fuente caligráfica que simula una escritura a mano con el apellido del médico a cargo, lo que denota un rasgo propio como es una firma, este aspecto es importante dentro del logo porque se busca representar el servicio personalizado que brinda el profesional a sus pacientes, tanto en la consulta como durante los tratamientos.

Sin embargo, esta no es la única razón para que la fuente mantenga ese estilo de letra, otra de las razones para mantener esta fuente, es el target al que va orientado los servicios del consultorio como es un público en una categoría económica de tipo B y C+; esto quiere decir que es un servicio con exclusividad y limita el acceso a cualquier usuario dado los costos de consulta y de los tratamientos ofertados, cabe destacar que el servicio no se encuentra dentro de una categoría "Premium".

Por último, se pudo observar que el logo tiene una línea que subraya el nombre del consultorio a manera de gesto, buscando que el nombre destaque, además de que completa la ilusión de simular una firma. Además de destacar el nombre del consultorio, dicho gesto también separa el nombre de este, de la especificación que se encuentra debajo (las palabras "Dental Center"), el uso de anglicismos



es uno uso común dentro del idioma español y la RAE acepta sus usos "superfluos e innecesarios", en el caso de palabras que tienen un equivalente válido en el español y en casos "necesarios", como en el caso de términos en inglés para los cuales no existe una palabra equivalente en el español. (ELI, 2016)

Sin embargo, también el uso de anglicismos puede ser por el desconocimiento, economía verbal o por moda, aspecto que puede ir ligado al prestigio, aunque mayormente dichos términos van ligados a determinados ámbitos como en el profesional y los negocios, tecnológicos y en comunicación. (Audiolís, 2021)

Figura 24

Logo actual del Consultorio



Una vez que se lograron reconocer los elementos presentes dentro del símbolo de identidad, se realizó un análisis respecto a la paleta cromática de la identidad gráfica, para conocer su grado de pertinencia con relación a los aspectos más representativos del consultorio.

Costa menciona que, tanto diseñar como visualizar implica hacer uso de colores con el fin de aplicar funciones comunicativas, las cuales no tienen relación con los colores tal y como son en la realidad, sino con una intención que puede ser expresiva o comunicativa por parte del diseñador, es por eso que el color es considerado un elemento más del sistema gráfico, el cual debe mantener un balance con los demás elementos, imágenes y signos que conforman el sistema gráfico. (Costa, 2003)

Se observan aspectos como: la intención de comunicar profesionalismo que se encuentra presente dentro de la paleta, a través del color gris, el cual a pesar de ser un color neutral dada su naturaleza de ser la fusión de dos tonos neutros (el blanco y el negro), puede comunicar varias cualidades como el lujo o la elegancia, puesto que dicho color es el color de la plata y de los tonos metálicos. (Decofilia, 2020)

En el análisis del color anaranjado se identifica que forma parte del sistema cromático del logo, pese a que convencionalmente se relaciona al blanco y al celeste como colores propios si no es que obligatorios para la línea gráfica de productos o servicios relacionados al área de la salud, en este caso, el color anaranjado cumple de manera eficiente su cometido, que va vinculado con el aspecto de la confianza y la calidez.



Así mismo se puede ver que el color blanco se hace presente dentro de la paleta cromática del logo por su relación dentro del lenguaje médico, ya que dicho color se relaciona con la pureza y la limpieza.

Figura 25

Paleta cromática del consultorio



2.2 Exploración de la forma (estilo)

Como se mencionó durante el análisis del problema gráfico, uno de los problemas que presentaba el consultorio es que su logotipo presenta ciertos problemas de legibilidad tanto dentro del icono como en el logo.

El logotipo del consultorio está compuesto de un icono, el cual no corresponde únicamente a la naturaleza del consultorio (un consultorio odontológico), además, busca reflejar una de las especialidades que se manejan dentro del centro odontológico, la implantología, es por esa razón que además de la forma típica del diente hay una serie de formas que buscan rememorar un tornillo como el que se utiliza para los implantes dentales, sin embargo, dicho icono presenta falencias dentro de la forma de la muela y el tornillo ya que al no ser claras pueden generar confusión dentro de la legibilidad. Puesto que dicha forma se podría confundir fácilmente con un cono o un tornado.

Tras haber realizado una búsqueda de referentes se pudo evidenciar que el patrón utilizado para la construcción de la forma de la muela es el más común dentro de los consultorios odontológicos, llegando así a ser esta una forma típica para reconocer a las clínicas odontológicas.

Figura 26

Ícono original y referencias





Se pudo identificar que los elementos que buscan representar el tonillo de un implante dental, mas especificamente, las líneas que simulan los zurcos del tornillo generaban un conflicto dentro de la percepcion, puesto que podian llegar a confundirse con un cono o tornado, por este motivo se buscan referencias y tipologias que ayuden a comprender las formas mas comunes presnetes dentro de un tornillo para lograr que la forma de este elemento sea clara.

Figura 27

Tipologías y referencias



Haciendo uso de dichas referencias, se realizadon varias exploraciones de la forma para generar propuestas diversas que cunplan con el proposito fundamental del icono del consultorio y que cumplan con la imagen que el consultorio busca reflejar hacia sus usuarios.

Figura 28

Exploraciones iniciales de la forma: Bocetos

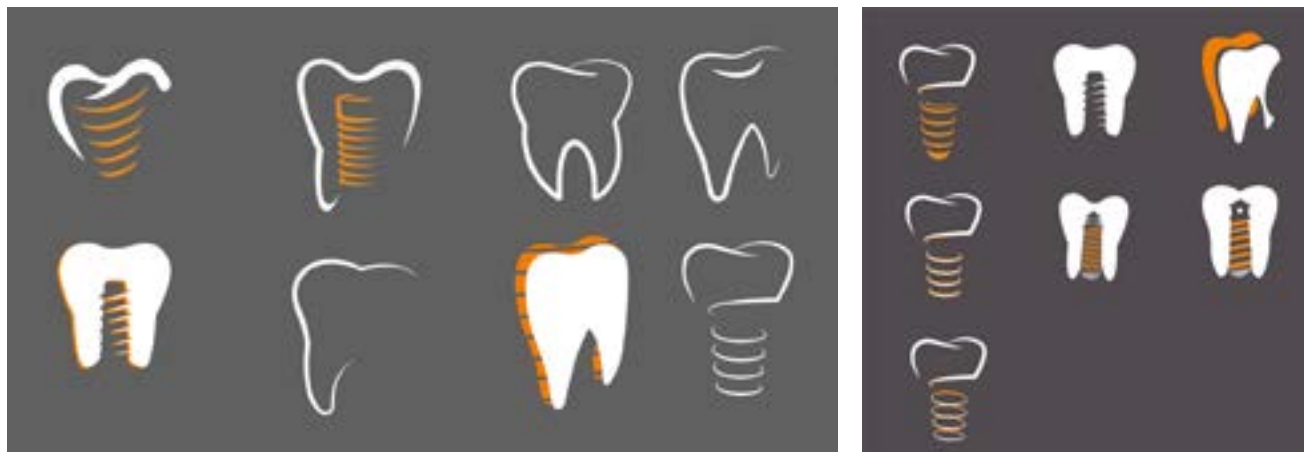


Tras realizar las exploraciones iniciales por medio de bocetos, se comenzo a la digitalizacion de las propuestas con el fin de refinar las ideas previas, mejorando el detalle de las formas y haciendo uso de los colores del consultorio.



Figura 29

Exploraciones iniciales de la forma: Íconos digitalizados



En base a dicha exploracion se pudo comprender los aspectos generales que se encuentran presentes dentro de la forma del tornillo y de la muela para generar propuestas mas pulidas que ayuden a desarrollar una propuesta optima desde varios puentes de vista, como el utilizar los elementos presentes dentro de la version actual del icono para mejorarlos, asi como tambien el hacer uso de metáforas para desarrollar propuestas que pudieran llegar a ser mas interesantes para los usuarios en el afán de lograr un alcance comunicativo mas amplio.

En el artículo "Diseño eficaz de logotipos. Parte 1: Símbolos, metáforas y el poder de la intuición" de Diseño Gráfico y algo más se menciona el alcance de un logotipo proporciona un alcance comunicativo amplio, y es lo que casi todas las identidades pretenden lograr una permanencia dentro del imaginario de las personas, es por ello que una manera eficiente de lograrlo es por medio del uso de elementos que ayuden a conectar los puntos de pensamiento por medio del uso de símbolos y metáforas que ayuden en la integración de la información presentada, de tal manera que ayude a que el logo sea recordado. (Valladares, 2015)

Dentro de las propuestas desarrolladas se realizo una simplificación de la forma como de metáforas que pudieran ayudar a reforzar la identidad del consultorio, siendo así el tornillo faro o el tornillo algunas de las alternativas que se propusieron como alternativas para el símbolo de identidad, justo a las propuestas que partieron de la propuesta existente dentro del logo actual.

Se elaboran varias propuestas, y se logra limitar a tres opciones al presentarlas al médico a cargo del consultorio odontológico, siendo las siguientes opciones las seleccionadas:

Figura 30

Propuestas del icono del logotipo





Y de entre las tres propuestas, la primera seleccionada se presenta como ícono para el logotipo del consultorio, dicha opción presenta un ligero ajuste dentro del elemento de la muela y una simplificación de la forma del tornillo, la cual salió de las observaciones realizadas a las referencias de dicho elemento.

A continuación, se realizó un análisis de la logotípica del símbolo de identidad, es decir, la palabra "Ortega", dentro de este elemento se pudieron ver que habían ciertas fallas en los caracteres que podrían llegar a influir sobre la legibilidad.

En el libro "Elementos del diseño" se menciona que el texto debe corresponder a un tono y ritmo, su estructura lógica y su extensión, la cual determina las posibilidades de su tipografía, recordando que a más texto se necesita que la fuente empleada sea más simple para evitar distracciones durante el proceso de lectura. (Samara, 2008)

El uso de una fuente caligráfica dentro del logo puede llegar a ser una decisión acertada teniendo en cuenta el contexto del consultorio, es decir el de un servicio dirigido a hacia un público con capacidades económicas relativamente altas, además que puede ayudar a reforzar la idea de una atención personalizada.

A pesar de que la extensión del texto presente dentro del logo permite el uso de fuentes que pudieran presentar un alto nivel de estilización, es necesario asegurarse que los caracteres sean fácilmente reconocibles, y que el espaciado entre cada carácter sea el adecuado para mantener un conjunto de alteraciones homogéneas entre sólido y vacío, tanto dentro de las letras como entre ellas.

En el artículo "Tipos de letra para logos" de Lance Talent se menciona, que a la hora de crear un logo tipográfico hay que evitar lo ordinario para que pueda sobresalir de entre los demás dentro de su contexto, también se describe la importancia de procurar que la fuente empleada sea atemporal para que el logo tipo pueda superar el paso del tiempo, aunque también cabe mencionar que no está prohibido hacer uso de esas fuentes que rememoran a cierta época, puesto que dichas fuentes se pueden ajustar a ciertos proyectos específicos. (LanceTalent, 2016)

Es importante que dentro de un logo se mantenga la legibilidad, puesto que este factor podría comprometer la percepción del logo y su claridad, lo cual se traduce en una dificultad dentro de la reproductibilidad en espacios más pequeños.

En el artículo se destaca también la importancia del uso de cierta fuente tipográfica dependiendo de lo que se esté buscando comunicar, en este caso la fuente empleada dentro del logo de caso de estudio es de carácter caligráfica, la cual tiene la peculiaridad de ser una fuente elegante; en el caso del logo del consultorio, el manejo de una fuente caligráfica no solo resulta ser un elemento elegante, sino que además se ajusta a una característica del servicio ofertado en el consultorio, la cual es la atención personalizada.

Aunque el tipo de fuente cumple con las características clave del consultorio, este presenta fallas de legibilidad a través de los trazos de ciertos caracteres como son: la "O", la "e" y la "a".



Figura 31

Caracteres con problemas de legibilidad dentro del logo original



Como se puede ver en la imagen, los tres caracteres marcados poseen ciertas falencias dentro de su forma, las cuales pueden generar un conflicto dentro de la lectura, ya que sus trazos poseen errores como por ejemplo en el tamaño del ojal de las letras "e" y "a", dichos caracteres presentan falencias dentro de su forma e inclinación, las cuales no permiten que se distingan los rasgos más característicos de las letras que corresponden.

En el caso de la letra "O" se puede ver que el problema reside en su forma, ya que junto a su inclinación y estilo, se vuelve complicado percibir a la letra como otra forma, dada la construcción del bucle que da forma a la letra.

Tras haber detectado las principales fallas dentro de la presente, se realizaron exploraciones previas por medio de bocetos sobre las formas de la tipografía del logo, sin embargo, al no poseer aun un conocimiento basto que ayude a generar propuestas tipograficas propias, es por eso que se optó por utilizar fuentes ya existentes que se asemejen a la fuente utilizada dentro del logotipo del consultorio.

Figura 32

Exploracion de la forma para la tipografia: Bocetos





Es por eso que procedió a buscar fuentes que pudieran encajar con las características presentes dentro de la fuente actual, con la intención de buscar entre las otras fuentes opciones que se puedan utilizar para reemplazar los caracteres que estén generando problemas de legibilidad dentro del logo, siendo así las siguientes fuentes las destacadas para generar propuestas a partir de las letras que se debían reemplazar dentro del logo original.

Figura 33

Exploración de la forma para la tipografía: Propuestas de fuentes existentes



Tras haber realizado una exploración de las fuentes tipográficas, se seleccionaron 5 opciones para reemplazar las letras que generaban algún conflicto dentro del logo, es así que para la letra "O" se utilizaron las fuentes Formal Script, Cadina, Palomino Clean dada la claridad de legibilidad que aportan para la percepción de la letra. En el caso de la letra "e" se seleccionó el carácter de la fuente Combinado Script Regular y finalmente para la letra "a", se utilizó el tipo de letra Solantra. Dichas fuentes manejan un trazo similar al de los caracteres de la fuente original, pero sus características permiten que haya una mejor percepción de la letra que busca representar.

Figura 34

Fuentes y caracteres seleccionados





Una vez seleccionadas los caracteres pertinentes, se procedió a colocarlos dentro del logo original, realizando los ajustes necesarios para conseguir una composición adecuada dentro del logo y agrupar el texto con los íconos para presentar las alternativas al médico a cargo del consultorio; cabe recalcar que además de las propuestas mostradas, hubieron muchas mas exploraciones previas, tanto en cuanto a la forma del ícono como en cuanto a las fuentes, dichas exploraciones estarán anexadas dentro de la sección de anexos.

Tras haber revisado las propuestas desarrolladas junto al docente, se seleccionaron tres opciones que tuvieran el potencial para cumplir con los requerimientos del caso de estudio, es así que se evaluaron las siguientes alternativas:

Figura 35

Opciones finales del logotipo del consultorio



De entre las tres alternativas presentadas, la primera fue la que mas llamó la atención del médico, ya que se asemeja al ícono actual, a la vez que corrige las falencias del ícono actual del consultorio.

Una ves desarrollado el símbolo de identidad, se comenzó a desarrollar un criterio gráfico para la elaboración de futuros materiales, además se elaboraron diseños destinados a ciertos insumos del consultorio, con la finalidad de demostrar como funcionaria dicho criterio en varias áreas como: papelería, web y en los espacios del consultorio.

Para la construcción de los criterio se comenzó por explorar las formas presentes dentro del nuevo logo, que pudieran permitir una correcta organización de los elementos como: texto, imágenes y contraste de color.

Durante el proceso se consideró hacer uso de formas como: el diente, los surcos del tornillo, el gesto de la firma y las letras presentes dentro del texto, sin embargo las formas más optimas para ser consideradas como elementos clave para el criterio fueron la letra "O" la cual cumple tanto como contenedor de imágenes, así como para delimitar áreas del espacio y el gesto de la firma, la cual también puede cumplir con las funciones antes mencionadas dependiendo del tipo de imagen y contenido que necesite estar presente.

Fusionando de la siguiente manera en el caso de elementos como tarjetas y publicaciones de redes sociales del consultorio.



Figura 36

Tarjetas de presentación



Para la construcción de la línea gráfica se establecieron ciertos insumos para que ayuden a tener una noción sobre como sería el comportamiento del ajuste de la marca dentro de otros insumos del consultorio, para lo que se elaboran elementos de papelería como hojas membretadas y tarjetas de presentación.

También se desarrollaron propuestas para redes sociales del consultorio como publicaciones y banners, igualmente se desarrolló una landing donde constan los servicios del consultorio así como información sobre las áreas y los tratamientos. Este último medio se desarrolló, manteniendo la premisa de un medio de comunicación entre el médico y los pacientes, por lo que se mantiene un lenguaje sencillo.

Para la construcción de los insumos previamente mencionados se utilizó una grilla la cual parte de un elemento el cual es la letra "a" de este se obtuvo el tamaño de los cuadrantes de la grilla así como también el margen que se debe tener en cuenta dentro del espacio de trabajo de cada elemento.

Figura 37

Tamaños base para la grilla



Como se puede ver (en la figura 37), los tamaños base de la grilla parten del espacio que ocupa la "a". En base al tamaño total del logotipo dentro del área de trabajo, se puede establecer el tamaño de la cada módulo, el cual será rectangular por la forma del carácter que sirve de referencia para su construcción, y el espacio que ocupará.



Por otra parte, el margen está determinado por el área que hay entre la asta y la pata de la letra, dichos principios se manejaron dentro de todo el material desarrollado para tener una estructura que ayude a ubicar los elementos de manera ordenada, manteniendo también espacios de respeto entre el logo, los textos y los márgenes (como se puede ver en la figura 38).

Figura 38

Comportamiento de la grilla justo a los elementos



Una vez establecida la grilla para los materiales propuestos, se generaron varias propuestas iniciales, las cuales tenían como objetivo los elementos presentes dentro del logo, para ellos se seleccionaron tres elementos claves, los cuales fueron la inicial del apellido del doctor, el signo y el accesorio.

Dichos elementos se organizaron de tal forma que puedan ayudar a organizar el contenido de los insumos de acuerdo a la información que deben tener dentro cada uno.

Papelería de oficina

Tarjetas de presentación

Para el desarrollo del material gráfico se buscaron formas que estén presentes dentro del logotipo propuesto que puedan ayudar a organizar el contenido de mejor manera, es así que se pudo ver que la curvatura generada por la letra "o" podía ser uno de los elementos, junto a la terminación de la firma, que pudieran ayudar a cumplir con los propósitos antes mencionados.

Como se puede ver en la figura . las tarjetas cuentan con una cara donde se muestra el logo del consultorio junto con la mención de las áreas en las que se especializa el consultorio y un dorso donde el logo se presenta en un formato pequeño, a este le acompaña el nombre del doctor a cargo del consultorio y la información de contacto como la dirección, los números telefónicos, las redes sociales y el correo electrónico.



Figura 39

Propuestas a partir de la forma de la inicial



Hojas membretadas:

En el caso de la papelería, al igual que con las tarjetas, el desarrollo partió de la información presente dentro del material ya existente para saber que cosas debían estar presentes dentro de dichos elementos.

Es así que se pudo ver que lo que debía ir dentro de este material era el logo del consultorio, la información de contacto y una forma que podía ir a manera de marca de agua dentro de la hoja. Al igual que con los otros elementos, también se utilizó la grilla ya establecida para ubicar los elementos mas el gesto para separar el contenido general de la hoja de la información de contacto del consultorio.

Figura 40

Hoja membretada





En este caso, la forma que está presente como marca de agua fue la inicial del apellido del doctor, puesto que es el elemento clave de la nueva línea gráfica planteada, y se utilizó un degradé que va del transparente al blanco para que dicha marca se funda lentamente con el fondo, así mismo se utilizó el color gris y la línea anaranjada para delimitar el contenido de la hoja, ubicando la información del consultorio al pie de la misma.

Carpeta

Para el diseño de la carpeta se empleó la grilla ya establecida para el desarrollo de los insumos gráficos, pero ajustada al formato de super A3, el cual es el tamaño total de la carpeta.

Este insumo cuenta con una portada la cual presenta el logo del consultorio, una imagen, la cual se encuentra dentro de un contenedor, el cual es la letra "O" y una frase que busca relacionarse con la función del consultorio.

El dorso de la carpeta es más sencillo pues también presenta el logotipo del consultorio, y la información de los canales de contacto con los que cuenta el consultorio, el segmento del logo y el de los canales de contacto está dividido por el gesto presente dentro de la firma en el logotipo.

La carpeta cuenta también con un bolsillo interno el cual busca sostener las hojas que se coloquen dentro de la misma.

Figura 41

Carpeta y bolsillo interno de la misma





Folleto Explicativo:

Por último está el desarrollo del producto, el cual tiene como finalidad servir como una ayuda para el médico a la hora de explicar a los pacientes sobre los tratamientos relacionados al área de la implantología. Para ello fue necesario que la información presente dentro de dicho producto esté presente en todos los canales del consultorio, tanto digitales como las redes sociales del consultorio o su página web y como en medios impresos, puesto que el público objetivo del proyecto (adultos mayores de entre 65 – 85 años) usualmente suele preferir el material impreso como medio para informarse respecto a algo, en este caso respecto a un tratamiento odontológico.

Para elaborar el producto se tomó en cuenta el libro "La respuesta a tus preguntas sobre implantes dental" el cual es un material gráfico propiedad de la European Association for Osseointegration donde constan las preguntas más frecuentes referentes a los implantes dentales, así mismo se utilizó la información de la página de la Clínica Sicilia donde se destacan las preguntas más importantes extraídas del libro previamente mencionado.

El folleto desarrollado cuenta también con una sección designada al aspecto preventivo, puesto que al realizar el análisis del problema que aborda el proyecto, se pudo observar que el cuidado preventivo a la salud oral en los adultos mayores, es de suma importancia para garantizar su calidad de vida.

Para abordar dicha información se consultó la página del Hogar del Corazón de Jesús de la Junta de beneficencia de Guayaquil, la cual es una organización que se dedica a ofrecer ayuda social en varias áreas como: la salud, la educación, el cuidado al adulto mayor entre otros.

Figura 42

Bocetos para definir el formato del producto



Como se puede ver en la figura 42, durante el proceso de conceptualización y desarrollo del producto se tomaron en cuenta varias alternativas que pudieran ayudar a que la información llegue de manera eficiente a los usuarios, es por eso que la primera idea fue el desarrollo de un tríptico el cual pudiera estar en un estante en el consultorio, del cual las personas puedan tomar uno para informarse al respecto, sin embargo, se observó que la información que debía ir dentro del producto era muy extensa para el formato el espacio disponible dentro de un tríptico.

Es por eso que se optó por buscar otra alternativa que permita manejar la información presente del



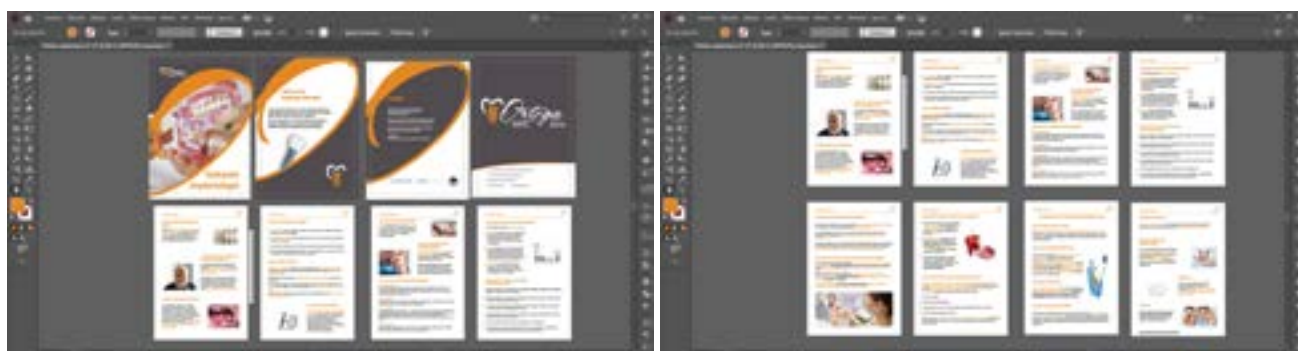
producto de una manera más eficiente.

Por eso, se consideró que un folleto seria la opción adecuada pues el formato del mismo permite un mejor manejo del espacio para colocar la información necesaria respecto a los implantes dentales

El folleto maneja en un Formato A5 y consta de 12 hojas dentro de las cuales por medio de textos e imágenes constan las preguntas más importantes respecto a los implantes dentales, así como también los cuidados preventivos para los pacientes.

Figura 43

Diagramación del folleto explicativo



Como se muestra en la figura 43, la información presente dentro del folleto se organizó teniendo como base los criterios ya establecidos, dentro del mismo se manejaron tanto texto como imágenes que corresponden a cada pregunta y se utilizaron jerarquías de tamaño y color para separar los títulos, el contenido y las ideas principales, las cuales mantienen el mismo tipo y familia tipográfica se encuentran en color naranja, el hecho de subrayar las ideas claves de cada pregunta se mantuvo, con el fin de lograr que la información sea lo más concreta posible para los pacientes.

Figura 44

Folleto explicativo





Manual de identidad :

Una vez establecidas las bases para el desarrollo del material gráfico y desarrollar propuestas que ayuden a ejemplificar la función de dicho criterio dentro de los insumos del consultorio, se desarrollo un manual que guíe a la persona que tome el mando en el manejo de la línea gráfica del consultorio, para ello se comenzó por realizar bocetos que sirvan de base para la diagramación del manual.

Figura 45

Bocetos iniciales



Para el manual se empleo un formato en A5 horizontal, encuadernado, con una portada y dorso de paspa dura (mate) y con su contenido impreso en papel couche de 150 gramos.

La intencion del manual es proyectar el factor profesional de la marca, es por eso que tanto los acabados como el manejo de la informacion son factores importantes dentro de este aspecto.

Para el contenido se utilizo el formato otorgado por el tutor del presente proyecto, en base a dicho formato, se pudo detallar los detalles respecto a la marca asi como el manejo adecuado de los recursos graficos de la misma

Figura 46

Manual de Identidad





Material Digital

Publicaciones para redes sociales

Dentro del análisis gráfico que se realizó a los insumos ya existentes del consultorio, se pudo observar una falta de consistencia dentro del uso de los elementos gráficos, es por eso que se propuso realizar un ajuste que se pueda aplicar a todos los insumos del consultorio

Siendo uno de los insumos que más necesitaban de dicho ajuste, las publicaciones de los canales de comunicación del consultorio, las cuales a la fecha del presente proyecto se dividen en dos categorías: las que son desarrolladas por el consultorio y el material gráfico que le otorga Arcys (los proveedores de insumos odontológicos del consultorio).

En el primer caso se puede ver que no hay como tal un criterio establecido para la administración de los recursos gráficos, puesto que dichos insumos se han desarrollado de manera empírica sin ayuda de ningún diseñador gráfico que pueda manejar de manera adecuada un criterio gráfico.

Figura 47

Publicaciones propias del consultorio



Por otra parte, los insumos proporcionados por Arcys (presentes en la figura 48) al consultorio cuentan con un criterio de diseño más claro, sin embargo, al no ser un material propio, el doctor a cargo del consultorio carece de los medios para tener control sobre dicho material.



Figura 48

Material proporcionado por Arcys



Es por ello que se consideró aplicar el nuevo ajuste a estos insumos para mostrar como funciona el criterio desarrollado dentro de las piezas gráficas correspondientes a las publicaciones de las redes sociales del consultorio.

Para eso se tomó de referencia ciertas publicaciones existentes, para determinar el formato en el que se tendría que trabajar, así como también los elementos que deberían ir presentes dentro de dicho material.

Es en vista de ello que se trabajó en propuestas que hicieran uso de imágenes y textos persuasivos aplicados tanto a la promoción de los servicios del consultorio, como para fechas especiales.

Figura 49

Propuestas de publicaciones





Lo que se buscó mediante estas propuestas es manejar una imagen lo mas sobria y sencilla posible para denotar el aspecto profesional del consultorio, al igual que como los otros insumos, se utilizó la grilla ya establecida para procurar un orden dentro de los elementos presentes dentro de las publicaciones, con la finalidad de garantizar una buena legibilidad y comprensión por parte de los usuarios.

El hecho de proponer material gráfico propio, yace en otorgarle mayor control al medico sobre dichos insumos, para que de esta manera el especialista pueda controlar la informacion presente dentro de estos recursos sin necesidad de recurrir a terceros para ello.

Banners:

Los banners son piezas gráficas que buscan cautivar a los usuarios para captar su interés respecto a una marca o producto, es por ello que este elemento siempre esta presente, tanto dentro de redes sociales como en páginas web.

Dicho insumo tiene la característica de ser una pieza de publicidad digital que generalmente hace uso de imágenes y sonidos, aunque en otras ocasiones tambien puede hacer uso de elementos interactivos como sonidos.

Al realizar el análisis de las piezas existentes del consultorio, se pudo ver que en el tiempo de vida de las redes del consultorio (en este caso facebook) solo se ha utilizado un banner el cual simplemente consta con el logo del consultorio sobre un fondo blanco lo cual lo hace un elemento demasiado simple, sin embargo, ese no es el único problema que presenta dicho insumo, puesto que la imagen utilizada no está optimizada para el formato del banner, por lo cual esta se pixela.

Figura 50

Banner actual del consultorio





Como se puede ver en la figura el banner actual del consultorio, tiene un problema de redundancia al tener el mismo elemento presente, en dos espacios al mismo tiempo, es por ello que se planteó el diseñar una propuesta, la cual tiene como proposito funcionar tanto para el perfil del consultorio como para la página web.

Para ello se tomó como referencia un banner empleado por Dental Green Dento de la pagina web, con el fin de conocer el formato adecuado para un formato web y para tener una noción de lo que se podría diseñar para dicho elemento pero ajustándolo al criterio desarrollado para la marca.

Es así que siguiendo la nueva línea grafica se comenzó a desarrollar las propuestas de banners para el consultorio, para ello se buscaron imágenes que denoten el profesionalismo del servicio ofertado dentro del consultorio, así mismo se planteó el manejar una frase que sirva de llamado a la acción a los pacientes, a la vez que se relaciona con la imagen de marca que busca proyectar el consultorio a sus pacientes.

Figura 51

Construcción de la propuesta de Banner y arte final



Al igual que con los demás insumos, la grilla se adaptó al formato y se empleó para organizar los elementos presentes dentro del banner con el fin de que cada elemento tenga su espacio y que se puedan percibir con facilidad.

Web:

En el caso de la página web, se tuvo que recurrir a una referencia externa al caso de estudio, puesto que el consultorio no cuenta con una propia que pueda servir como precedente para la propuesta desarrollada. Actualmente el consultorio cuenta con ciertos canales de comunicación como: facebook, instagram, whatsapp y correo electrónico que permita que los pacientes puedan conocer más sobre el consultorio, mas no con una pagina que sirva como un medio para que los pacientes conozcan mas sobre las especialidades del consultorio ni sus tratamientos.

Revisando los requerimientos para el proyecto, se observó que una de las características que debía tener es que el producto diseñado es que pueda estar presente dentro de los canales de comunicación de consultorio, por lo cual se planteó que la información este presente también dentro de este canal.

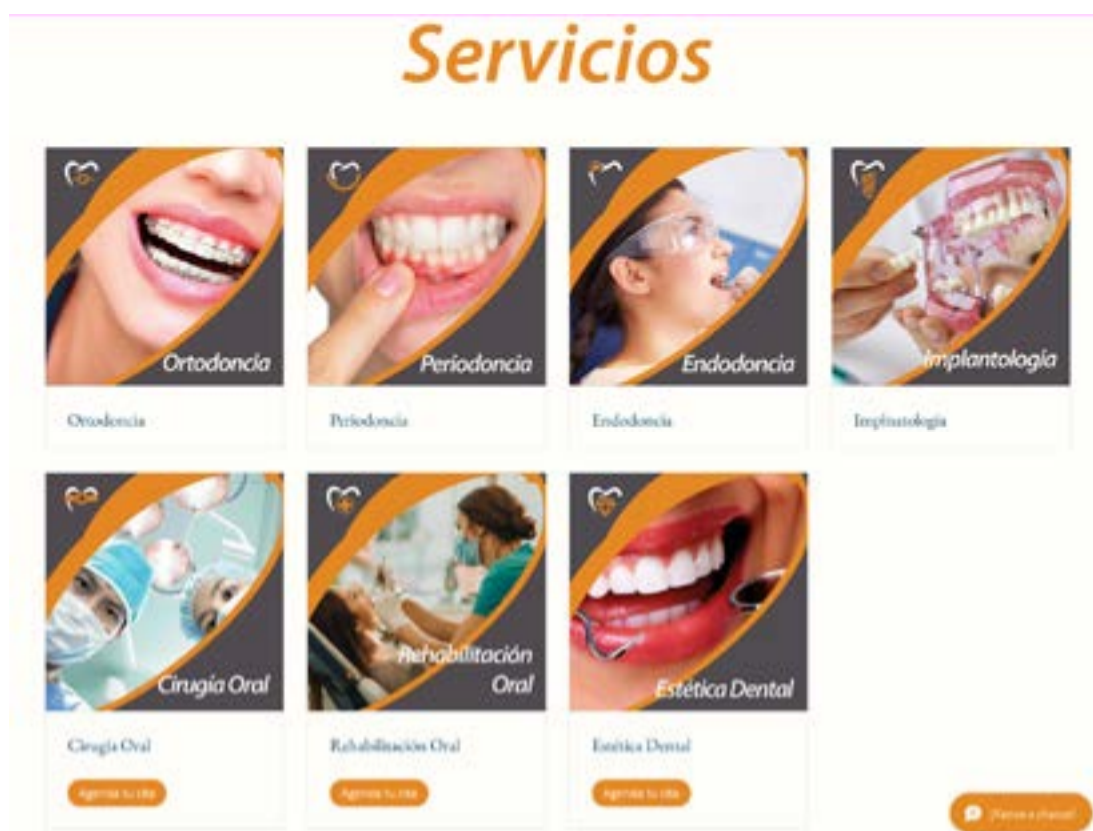
Es por eso que dentro del menú así como dentro de la landing page, se agregaron recursos gráficos que se vinculen con los servicios ofertados dentro del consultorio.



Para esto, se utilizó como referencia a la página de Sam Dental y Dental Green, las cuales tienen un buen manejo de los elementos presentes dentro de la página y del uso de íconos para dar identidad a cada área. Es pensando en eso que se desarrollaron íconos especiales a partir del nuevo símbolo de identidad del consultorio para las portadas de inicio a la sección de cada especialidad.

Figura 52

Iconos de las especialidades dentro de la página web



Así mismo, como se puede ver en la figura, se desarrollaron iconos que sirvan de referencia a la especialidad presente dentro del consultorio, dichos iconos parten de la forma base ícono del nuevo logotipo, al cual se le agregaron detalles pequeños que den identidad a cada segmento correspondiente a su especialidad.

Como se mencionó antes, cada especialidad tiene su propia sección, razón por la cual al entrar a cada una hay un banner en el cual empieza con una breve explicación sobre lo que es cada especialidad.



Figura 53

Imagen con explicación de la especialidad



En esta sección los pacientes también pueden encontrar información sobre la especialidad, sus tratamientos y los cuidados preventivos para los pacientes, en este aspecto se debe mencionar que la información presente dentro de la página web del consultorio también se la puede encontrar en formato impreso a manera de folleto, el cual se puede obtener directamente en el consultorio odontológico, sin embargo la información también se podrá encontrar dentro de los canales de las redes sociales del consultorio.

Figura 54

Información de preguntas frecuentes





El home de la página web cuenta también con una sección en la cual se presenta al médico a cargo del consultorio, dicho segmento cuenta con una breve descripción de quien es el especialista, cuales son las áreas de las que él se encarga personalmente y que busca el consultorio, dicho apartado tiene como propósito el que tanto pacientes antiguos como posibles nuevos pacientes conozcan sobre el consultorio.

Figura 55

Información del medico a cargo del consultorio



Se agregó también una galería para que los que los pacientes puedan hacerse una imagen del consultorio, tanto en cuanto a sus espacios como en cuanto a la calidad del servicio que se oferta.

Dentro de la galería se puede implementar también imágenes referentes a las especialidades del consultorio, sin embargo, para aprovechar al máximo esta herramienta, es necesario que tanto el médico, así como la persona que se encargue a futuro de la página sepa tratar las fotografías de una manera adecuada para mantener una calidad dentro de las imágenes presentes en la galería.

Figura 56

Galería de la página web del consultorio





La página web cuenta también con varias herramientas que sirvan para que los pacientes puedan mantenerse en contacto con el consultorio, así mismo, dichas herramientas ayudan a que los pacientes puedan agendar una cita desde ella.

Para esto último, se agregó a la página web un tipo de ficha de registro que ayude a que los pacientes puedan agendar una cita directamente desde el sitio, el formato de la ficha es sencillo y solicita información simple de los pacientes como el nombre del paciente, su número telefónico, correo electrónico y el asunto por el cual este solicite la cita con el consultorio.

La página contiene también información sobre los canales de contacto del consultorio como la dirección en donde está ubicado el consultorio, los números de teléfono, el correo electrónico y las redes sociales.

La función de dicho segmento es la de agilizar la comunicación entre el consultorio y los pacientes, informando sobre todos los canales de los que dispone el consultorio, así como también el ofrecer dicha información a potenciales nuevos pacientes.

Figura 56

Información del consultorio y plantilla de contacto

Por último, la página web cuenta con un mapa interactivo en el cual está la ubicación del consultorio, dicha herramienta está conectada con google maps, la ventaja que ofrece esta herramienta es que al acceder a ella puede proporcionar información al usuario respecto a cómo llegar al consultorio desde su ubicación.

Figura 57

Mapa interactivo





2.3 Evaluación del ajuste gráfico

Evaluación de las propuestas para el ajuste del logotipo:

Para la validación del ajuste gráfico, se procedió a mostrar de manera presencial las propuestas desarrolladas por medio de dos presentaciones destinadas a la validación del nuevo logotipo y el manejo del criterio gráfico dentro de los principales insumos para el consultorio.

Figura 58

Propuestas finales del logo



Tras mostrar las propuestas relacionadas al logotipo se pudo ver que a pesar de que las tres propuestas mostradas cumplían con las expectativas del médico, fue la primera propuesta la que el médico indicó que era la más adecuada.

El hecho de que la primera alternativa haya sido elegida se debe a que el doctor consideró que dicha propuesta refleja de mejor manera el factor de seriedad y profesionalismo que busca proyectar la marca en sus pacientes.

El doctor destacó también que la propuesta seleccionada le agradó porque a pesar de que el logotipo no presentaba como tal una sorpresa, puesto que este todavía conserva muchas características del original, el ajuste realizado ayudó a que el logo se viera más lineal y sobrio.

A pesar de que el acercamiento inicial no resultó ser muy bueno dado el manejo de las propuestas iniciales, durante la última validación los resultados fueron aún mejores puesto que durante el proceso se pudo comprender de mejor manera ciertos factores y aspectos a considerar para desarrollar nuevas propuestas que puedan cumplir de manera eficiente con los requerimientos y expectativas del médico.

Evaluación de las propuestas de material Gráfico:

Para la evaluación del criterio gráfico y de los insumos desarrollados a partir de este, se utilizó un formato similar al de la evaluación para el logotipo de la marca, en base a esto, se pudo ver que en general la nueva línea gráfica fue del agrado del médico y que esta se manejó de manera eficiente dentro de los insumos desarrollados, cumpliendo de manera eficiente con uno de los requerimientos del proyecto, el cual era el establecer un criterio que sirva de base para el desarrollo del material principal.



Así mismo, el medico considero que las soluciones propuestas resultaron ser novedosas por la manera en la que se manejan los elementos presentes dentro del logotipo para la elaboración de los distintos insumos gráficos.

Validación del material gráfico Realizada con un diseñador:

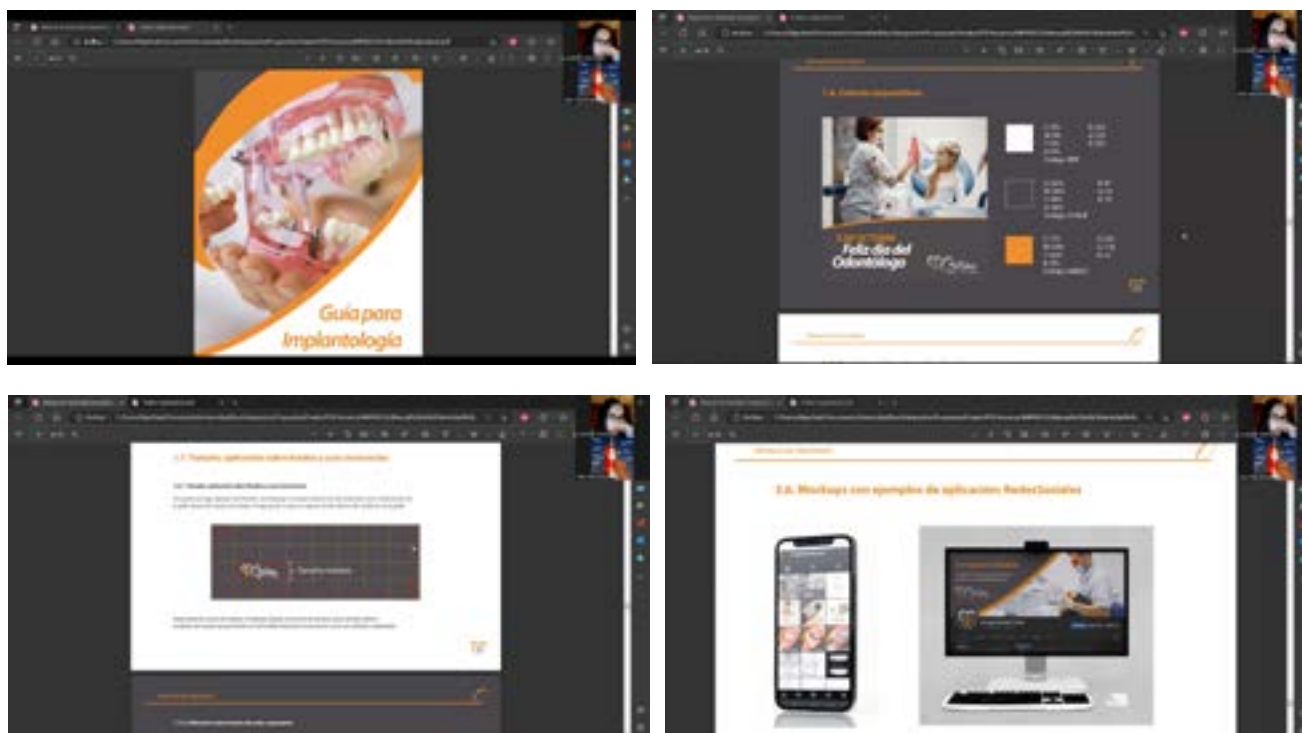
Tras realizar la evaluación de los insumos con el medico a cargo del consultorio, se procedió a realizar la validación con un profesional que ya tenga experiencia dentro del área del diseño gráfico con el fin de conocer si las decisiones tomadas dentro de los insumos desarrollados fueron optimas o si había detalles que ajustar.

La validación se la realizo con la diseñadora Lourdes Montaña, quien a ejercido en la profesión durante muchos años, y además es profesora de la carrera de diseño en la Universidad Católica.

En este caso, la validación se realizó de manera general, es decir que se validó tanto el folleto explicativo como el manual de identidad y la página web desarrollada para el consultorio. Para ello se procedió a dar una breve explicación sobre lo que se está haciendo con el proyecto, su finalidad, y se mostraron los problemas gráficos presentes dentro de las redes sociales del consultorio.

Figura 59

Capturas de la validación realizada con la profesora Lourdes Montaña





Al realizar la validación, se observó que el logo tenía ciertos detalles e inconsistencias que se debían de mejorar en cuanto al manejo del color, la distribución de las palabras "Dental Center" (el kerning) y el manejo del espaciado entre los caracteres de dichas palabras (El traking), dicho cambio se consideró que debía realizarse de inmediato para lograr una mejora grafica dentro de la propuesta previa y mantener una consistencia dentro del manual de identidad y los insumos desarrollados.

Figura 56

Logotipo: Antes y después de las correcciones realizadas



En cuanto a los banners, se vio que era necesario realizar un ajuste en cuanto al formato y la distribución del texto, en el caso de los banners de las especialidades, en este caso la sugerencia que dio la profesora fue, el utilizar una caja de texto que esté construida a partir de la curva del contenedor, con el fin de que el texto siga dicha curvatura. Dicho cambio se consideró importante, por lo cual se aplicó para mejorar la propuesta previa.

Figura 57

Banners pagina web: Antes y después de las correcciones realizadas



En el caso del manual de identidad, le profesora sugirió que se agregara al manual la construcción de los iconos manejados dentro de las portadas presentes dentro de las especialidades del consultorio, con el fin de señalar el proceso que hubo detrás de su desarrollo.

Dicha observación se consideró valida y se agregó dicha información al manual dentro de la construcción de elementos adicionales al logotipo del consultorio.

En el caso del folleto explicativo, la observación que se dio fue respecto al manejo del texto, en este



caso la observación que se dio fue la de agregar descansos visuales para no saturar de texto, para ello se recomendó utilizar imágenes que sean más alargadas, que ocupen mayor espacio en sentido vertical y generen descansos visuales entre textos e imágenes.

Por último, en cuanto a la página web no hubo observaciones en especial, sin embargo, hubo observaciones dirigidas hacia las publicaciones pues, hubo recomendaciones dirigidas hacia la administración del feed de Instagram y el manejo de la información presentada dentro del contenido del folleto dentro de las publicaciones para Facebook, dichas observaciones se consideraron optimas pues ayudarían a mejorar el alcance de la información respecto a las distintas áreas y tratamientos ofertados dentro del consultorio.

Figura 58

Publicaciones informativas respecto a los tratamientos



Gracias a esta validación, se pudieron considerar varias falencias que tenían antes los insumos desarrollados y se pudieron evaluarlas junto a un profesional para determinar qué tan necesario era el realizar el ajuste con el fin de refinar los productos lo mejor posible.

2.4 Desarrollo del prototipo

Para el proyecto se desarrollaron dos prototipos, el del manual de uso de la línea gráfica y el del folleto explicativo, puesto que son además de estar pensados como material impreso, son los que servirán para cumplir con el propósito de guiar al médico en la aplicación del ajuste realizado y ayudar a los pacientes para comprender sobre los tratamientos odontológicos ofertados, en este caso, referentes a la implanto logía.

Para la diagramación de ambos documentos se manejó la cuadrícula ya establecida dentro de todos los insumos, pero ajustada al formato A5 con el fin de ubicar la información de manera eficiente.

Así mismo, se trabajó en un diseño para las hojas, así como para la portada, portadillas e índice, mismos que se utilizaron para la presentación de la memoria gráfica del proyecto.

A pesar de no ser estrictamente necesarios estos elementos, se buscó el desarrollo para manejar



la información de una manera más eficiente, priorizando la legibilidad de los elementos presentes dentro del material.

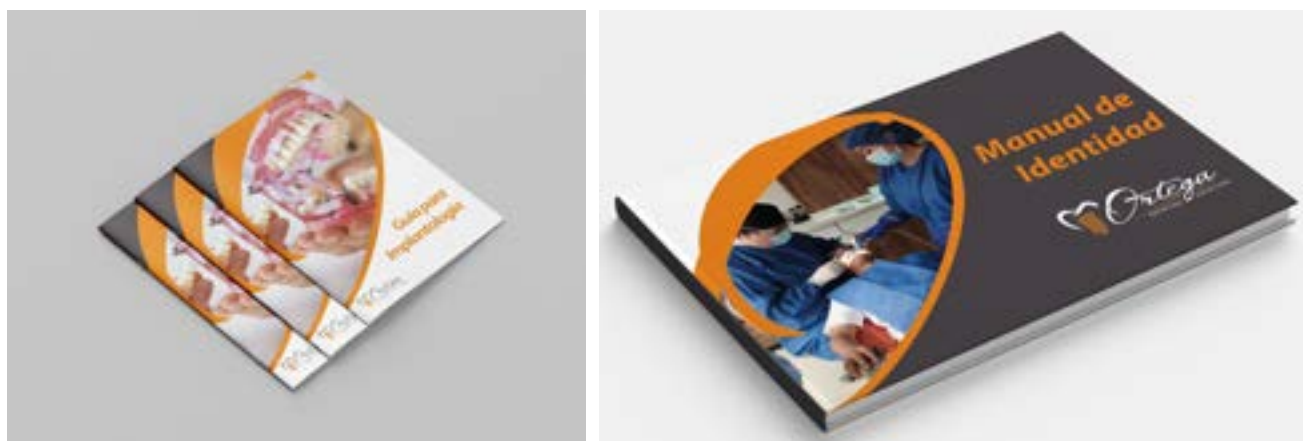
Para la información presentada tanto dentro del manual como dentro del folleto explicativo se utilizaron variantes de la fuente Myriad Variable Pro, puesto que se consideró que su forma ayudaba de manera eficiente a la legibilidad, es por esa razón que la fuente se mantuvo dentro de ciertos estilos de la memoria gráfica como en el caso de títulos y subtítulos.

Dentro de la evaluación realizada a los insumos digitales, el doctor comento que lo más óptimo sería hacer un mayor uso de imágenes para facilitar la comprensión de sus pacientes respecto a la información brindada por parte del consultorio y comento también que sería bueno que dicho material vaya enfocado a mas tratamientos, puesto que el área de implanto logia no es la única que requiere de dicho material para ayudar que los pacientes se informen sobre sus tratamientos.

En el aspecto de innovación se pudo ver que el médico no considero que los insumos lo posean, sin embargo, comenta que el producto que más oportunidades tiene para destacar dentro de esta área es el folleto explicativo puesto que se lo podría manejar como un libro digital, el cual como se vio dentro de las tipologías, muy pocos consultorios o clínicas odontológicas poseen.

Figura 59

Renders de los productos desarrollados



2.5 Detalles técnicos y de producción

A pesar de que los dos productos correspondientes al proyecto presentan el mismo acabado, se debe destacar que ambos manejan distintos formatos dada la función que cumplen.

Se debe destacar también que debido a las variaciones de cada insumo se especificara el presupuesto necesario para la elaboración de cada insumo, con la finalidad de determinar qué tan factible es la elaboración de los productos desarrollados.



Manual de uso:

- Formato A5 (14.8x21cm)
- Horizontal
- Encuadernado
- Portada y contraportada: cartón plegable, mate
- Contenido: Papel couché 150 gr
- Impresión digital

Figura 60

Manual de identidad



Presupuesto necesario:

Para la impresión de este insumo se estima un presupuesto de \$30 por ejemplar, dicho costo es alto, sin embargo, en este caso el costo se justifica por los acabados del producto y considerando que es el manual servirá de guía para desarrollar de manera eficiente los futuros insumos gráficos del consultorio.

Folleto explicativo:

- El manual debe ser impreso el papel cuche brillante.
- El gramaje del papel debe ser de 100 gramos.
- La impresión del producto debe ser a full color.
- Se debe imprimir en un formato de súper A4 para recortar los bordes y plegarlo ya que el manual está pensado para funcionar en un formato A5.
- El insumo va grapado.

Figura 61

Folleto Explicativo



Presupuesto necesario:

Para la impresión de este insumo se estima un presupuesto \$4 de por ejemplares, el cual puede disminuir al imprimir en grades tirajes.



Dicho costo resulta económico y favorece a la producción masiva del mismo, lo cual favorece el desarrollo de más folletos aplicado a otras especialidades y tratamientos, además ayuda a la accesibilidad que puede tener el paciente al producto.

Los acabados de ambos productos están pensados para facilitar su producción y manipulación por parte de los usuarios, pero buscando también su durabilidad para que no se dañen o maltraten con tanta facilidad como en el caso de materiales como el papel bond y considerando que es el manual servirá de guía para desarrollar de manera eficiente los futuros insumos gráficos del consultorio.

Figura 62

Hoja membretada

Hoja membretada:

- Formato A4 (21x29.7 cm)
- Papel bond
- Impresión digital



Presupuesto necesario:

Para la impresión de las tarjetas de presentación, se estima un costo de \$75 por cada 100 ejemplares, en este caso el costo es promedio ya que es el tiraje base que tiene el imprimir tarjetas de presentación, cabe recalcar que este costo puede variar en caso de que el especialista quiere algún acabado en especial como por ejemplo barniz selectivo, en ese caso el mínimo de tarjetas debiera ser entre 500 a 1000.

Tarjetas de presentación:

- Formato: 8,5 x 5,5 cm
- Material: Couché 300gr
- Impresión Digital
- Acabado mate

Figura 63

Tarjetas de presentación





Presupuesto necesario:

Para la impresión de las tarjetas de presentación, se estima un costo de \$25 por cada 100 ejemplares, en este caso el costo es promedio puesto que es el costo base que tiene el imprimir tarjetas de presentación, cabe recalcar que este costo puede variar en caso de que el especialista quiere algún acabado en especial como por ejemplo barniz selectivo.

Carpeta:

- Formato: Súper A3 doblada (45x32 cm)
- Material: Cartón plegable
- Impresión Digital

Solapa interna:

- Formato: 77,4 x 172,4 x 64,9 mm
- Material: Cartón plegable
- Impresión Digital

Figura 64

Carpeta



Presupuesto necesario:

Para la impresión de este insumo se escatima un costo de \$115 por cada 100 ejemplares, dicho costo se considera que podría ser alto, es por ello que el medico tendrá que evaluar la cantidad de ejemplares que podría necesitar para ejercer su profesión de manera eficiente.

2.6 Evaluación de la propuesta

Validación del manual de identidad:

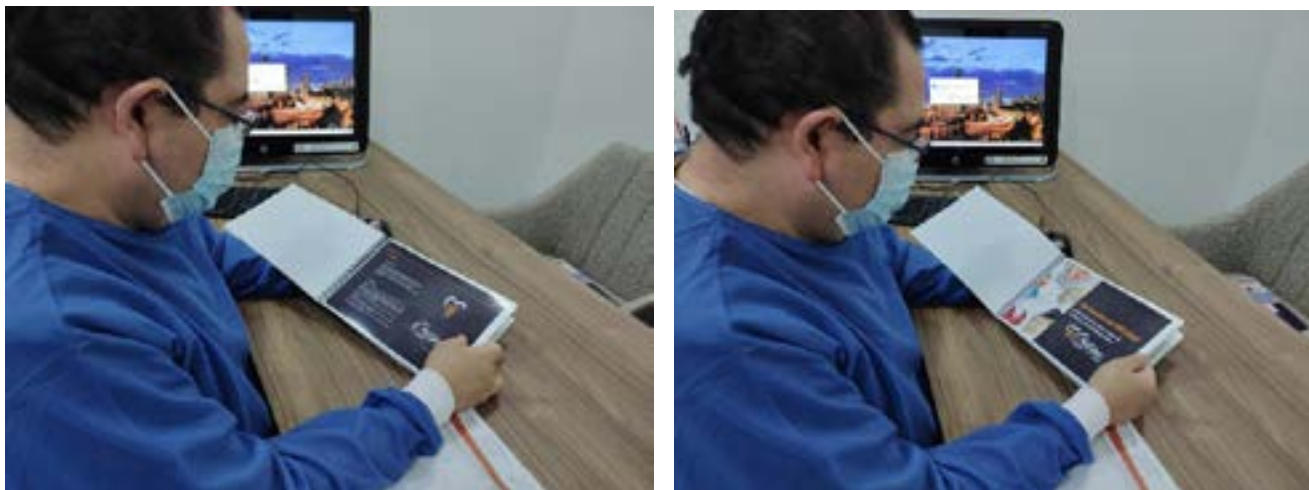
La validación al manual se realizó a través de un prototipo, el cual fue impreso en un material y acabado similar al del producto final, dicho factos fue mencionado al Dr. Carlos Ortega previo a la validación.

Al igual que con el folleto explicativo, se comenzó por explicarle al doctor respecto a la dinámica que se manejaría para realizar la valoración del manual y se le proporciono el material para que lo pueda leer y revisar a fondo con el fin de obtener una retroalimentación más certera respecto a la diagramación, manejo de la información y del material.



Figura 65

Acercamiento del manual al Dr. Carlos Ortega



Tanto antes como durante la validación del manual se pudo ver que el manual cuenta con una navegabilidad clara que facilita la comprensión de la información presente, el médico indicó también que la manera en la que se presenta la información respecto a la construcción del logotipo, así como el desarrollo del criterio gráfico es clara y que dicha información de hecho le ayudó a entender cómo debería manejarse el aspecto de marca para tener una noción de cómo esta debe comportarse tanto dentro del signo de identidad (el logotipo) como dentro de los insumos desarrollados a partir de un criterio gráfico establecido.

Al indagar respecto al formato del producto, el médico comentó que le resultaba muy cómodo y que a pesar de ser un prototipo, le parecía que el material ayudaba mucho a dar una noción de profesionalismo por la manera en la que se reflejaban los colores dentro del producto.

Un aspecto que se pudo ver, a pesar de que el médico no lo mencionó, es que el material empleado para el contenido debe ser de menor gramaje al empleado para el prototipo (couché de 150gr), puesto que se pudo notar que en ocasiones al pasar las hojas el médico comprobaba brevemente si solo estaba pasando una hoja o dos.

Validación del folleto Explicativo:

Para la validación de la propuesta, se armó una lista de preguntas adaptada al médico a cargo del consultorio y a tres pacientes los cuales coincidían con el perfil del público objetivo del proyecto, dichas preguntas se enfocaron en la percepción de la información presentada, la percepción generada por el ajuste gráfico realizado a la marca y la facilidad de uso del producto desarrollado. Para realizar la validación, se optó también por simular una consulta habitual del médico con los pacientes dentro del cual se le pidió al doctor a cargo que haga uso del producto desarrollado, para ello, primero se le facilitó el producto al médico puesto que era necesario que haya un primer acercamiento para que el médico tenga una noción de cómo emplearlo dentro de la consulta,



Figura 66

Acercamiento del manual al Dr. Carlos Ortega



El hacer esto sirvió para obtener una valoración inicial respecto al contenido, puesto que gracias a esto pudo conocer la opinión del médico a cargo del área de implantología respecto a la información mostrada dentro del folleto. A partir de este acercamiento se pudo realizar la validación a partir del análisis realizado al contenido por parte del Dr. Carlos Ortega.

Como observación inicial el doctor indicó que le gustaría que el material haga uso de más imágenes para explicar la información presente dentro del producto y resalta que tal vez no sería una buena idea hablar de aspectos relacionados al dolor dentro de un material que busca informar de un tratamiento, puesto que eso podría hacer que los pacientes puedan retroceder en su decisión de someterse al tratamiento, sin embargo, también destaca que tratar el tema del dolor es algo importante puesto que al fin y al cabo todo tratamiento implica un poco de dolor en el paciente, pero dicho dolor es causado para solucionar un malestar que pudiera afectar a la calidad de vida del paciente.

Dentro de los aspectos positivos, el doctor destacó que la información manejada es muy importante y precisa puesto que son aspectos que el paciente necesita conocer sobre el tratamiento y que al ser complejos tienden a olvidarse de ellos, es por ello que tanto el formato como el material empleado para el producto resultaron ser certeros, puesto que ambos aspectos facilitan el que los pacientes puedan acceder al producto, así como también el poder transportarlo sin ningún problema.

Tras realizar el primer análisis, se procedió a realizar los diagnósticos simulados con pacientes que encuentren próximos a someterse al tratamiento de coronas o que ya cuenten con un implante dental, a estos últimos pacientes también se les tomó en cuenta para la validación y a que a pesar de que ya se han sometido al tratamiento, estos desconocen de varios aspectos relacionados a este tratamiento.

Este factor ya se había visto con anterioridad por parte de pacientes que se sometían al tratamiento por un factor de confianza en el profesional, mas no porque en realidad entiendan los beneficios que les aporta el tratamiento o los cuidados que deben tener después de la operación.



Figura 67

Diagnóstico utilizando el Folleto explicativo



Durante el diagnóstico simulado se pudo ver que el producto no genera dificultades dentro de su manipulación y que el contenido es preciso y claro para explicar el diagnóstico a los pacientes.

Se pudo también ver que el material brindado facilita que el médico se centre en explicar los aspectos más importantes del tratamiento para agilizar el diagnóstico y que, además, la precisión de los recursos visuales empleados dentro del producto puede servir como un refuerzo para la explicación brindada del médico al paciente.

Figura 68

Uso del folleto y una maqueta para explicar las partes de un implante





El hecho de que el médico pueda centrarse en las explicaciones más importantes para cada paciente, de acuerdo a su caso, resultó ser un factor clave puesto que ayudó a agilizar el tiempo de consulta, puesto que, en palabras del médico, usualmente él se demoraba un tiempo estimado de una hora por paciente, ya que durante el primer acercamiento surgían más dudas que tenían que responderse en ese momento.

Es ahí donde yace la importancia del folleto ya que al este poder ser un material que el paciente se puede llevar, le permite al paciente el poder revisarlo más tarde para resolver sus dudas, además, evita el hecho de que después de la consulta el paciente se olvide de la información que le brindó el doctor dentro de la consulta.

Fue gracias a estos factores que el tiempo de consulta se redujo de una hora a 10 minutos, lo cual resulta ser un factor que facilita la eficiencia brindada a los pacientes durante la consulta.

El proceso de validación con los pacientes se desarrolló de la misma manera que con el médico a cargo del consultorio, antes de la consulta se les dio un tiempo para que se relacionen con el material y lo revisen la información presente dentro de este, así como lo harían si el producto estuviera disponible en la sala de espera, y después se les hizo pasar a la consulta simulada con el Dr. Carlos Ortega.

Figura 69

Validación del folleto a los pacientes



Durante la consulta se pudo ver que todavía existen dudas presentes dentro de los pacientes respecto al tratamiento, sin embargo, el hecho de que se puedan llevar a casa la información necesaria ayuda mucho a sobrellevar esa confusión inicial respecto a la información del tratamiento.

El acercamiento inicial de los pacientes al producto ayudó a percibir el tiempo que le toma al paciente el revisar la información presentada dentro del producto, siendo 15 minutos el promedio de tiempo que les tomó el leer la información presente en el folleto.

Tras realizar el acercamiento inicial del producto a los pacientes y realizar la consulta simulada, se procedió a realizar la consulta simulada para evaluar la facilidad de uso del producto.

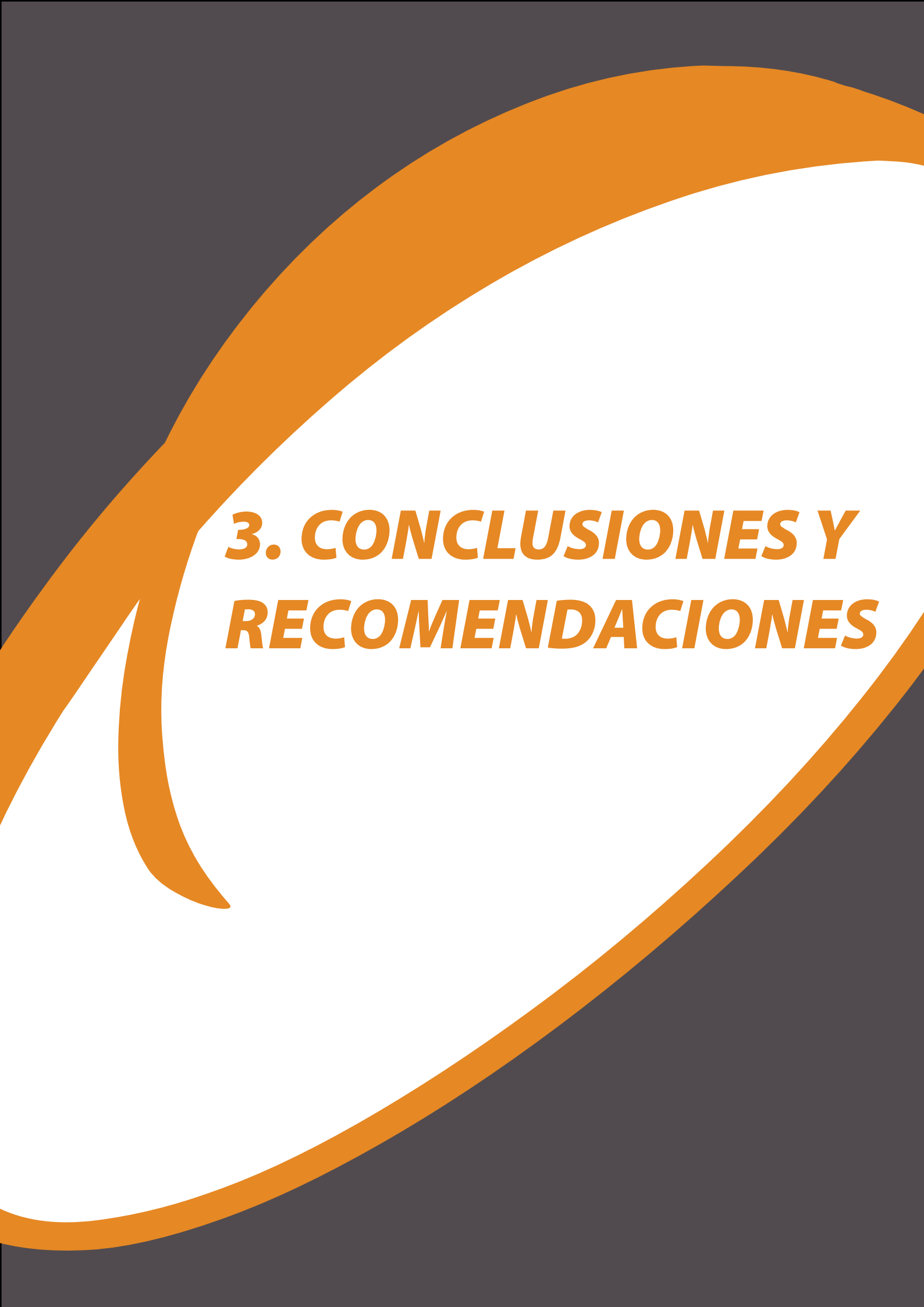
Una vez realizado este procedimiento, se comenzó la evaluación del producto junto a los pacientes para conocer su opinión respecto al producto.



En términos generales, los pacientes resultaron satisfechos con el producto puesto que la información presentada les resultó muy importante, además, esta se presenta de manera fácil haciendo uso de términos sencillos e imágenes que complementen la información.

Los pacientes consideraron también que el material y el formato del producto fueron óptimos, puesto que facilitaba su uso y transporte.

Al preguntarse sobre los canales en los que quisieran que este el producto, ellos contestaron que les gustaría que el producto esté disponible para adquirirlo directamente en el consultorio y que también quisieran que la información del producto este en las redes sociales y pagina web del consultorio, para poder seguir teniendo acceso a la información en caso de que el folleto se dañe o se pierda.



3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tras haber realizado el producto gráfico y realizar las respectivas validaciones con el médico, los pacientes y un profesional ya tenga experiencia dentro del área de diseño gráfico, se puede concluir que la existencia de insumos que ayuden a que los pacientes comprendan sobre los tratamientos médicos es de suma importancia, puesto que el proporcionar esa información a los usuarios ayuda a que estos toman conciencia sobre las ventajas que puede proporcionar el tratamiento a su vida.

El que el paciente pueda acceder a esta información resulta ser un aspecto importante dentro del recorrido que existe entre el diagnóstico dado por el médico hasta la ejecución del tratamiento, ya que ayuda a que se genere una mayor confianza respecto en el profesional, el médico a cargo, y el procedimiento que implica el tratamiento. En el caso del área de la implantología esto es muy importante puesto que hay aspectos de suma importancia que deben tenerse en cuenta, ya que al implicar una cirugía en la cual se colocan objetos ajenos dentro del cuerpo del paciente, es necesario que el paciente tenga muy presentes los cuidados postoperatorios, así como también los cuidados que se deben dar a los implantes.

Es por ello que uno de los factores que se deben priorizar es la facilidad que tenga el usuario para acceder al producto, es por ello que el conocer los canales de comunicación del consultorio para conocer el nivel de percepción actual por parte de los pacientes, sobretodo en cuanto a canales como redes sociales, puesto que de nada serviría desarrollar un producto para redes sociales, si la interacción de los usuarios es mínima o nula, por eso se debe evaluar la eficiencia de dichos medios previo al desarrollo del material.

Pero tampoco se puede dejar de lado a los medios impresos puesto que a pesar de no haya un nivel de percepción óptimo de las redes sociales, existe un punto de encuentro fijo entre el especialista y el paciente el cual es el consultorio odontológico. Este factor es importante puesto que puede servir como un punto donde el paciente pueda acceder al producto, ya sea de mano del paciente o tomándolo de la sala de espera. En este caso, se debe tener en cuenta aspectos claves como el formato y el material sobre el cual se imprima el producto con el fin de optimizar la producción del mismo.

Es por ello que dichos aspectos fueron tomados en cuenta y tratados como una prioridad para el diseño y elaboración del producto final, puesto que dentro de los requerimientos se planteó que el producto debía ser fácil de conseguir para el paciente, ya sea a través de un espacio físico (El consultorio / sala de espera) o por un medio digital (redes sociales / página web).

Así mismo se pudo concluir que el formato del producto es importante, puesto que este se debe corresponder a el tipo de información, así como la extensión de la misma teniendo en cuenta un manejo adecuado de la información y manteniendo un balance entre imágenes y textos con el fin de lograr que la comprensión de la información sea clara y sencilla.

Otro de los aspectos donde se considera es el factor de la portabilidad del producto para ello se optó por un formato A5, para su versión impresa, el haber elegido este formato se debe a que dicho tamaño es lo suficientemente pequeño para ir dentro de un bolso, cuaderno o mochila



sin problemas, pero también es lo suficientemente grande para mantener la legibilidad de los textos presentes dentro de dicho producto. Este aspecto se vio durante la validación que se manejó de manera adecuada pues cumplió de manera eficiente el propósito del producto, sin embargo, eso no quiere decir que el formato A5 sea el único que se puede utilizar para este tipo de insumos, pues el formato dependerá siempre del propósito del producto y de la cantidad de información que ira dentro de este.

A este último aspecto se tiene que destacar que previo al folleto se consideraron otras alternativas como material interactivo como infografías o trípticos, sin embargo, por el tipo de público al que va dirigido, así como el tipo de información que debería ir y su extensión, se llegó a la conclusión de que un folleto serio la mejor alternativa, pues este permitiría manejar una diagramación que mantenga un balance adecuado entre el uso de texto, imágenes y recursos gráficos sí que dichos elementos interfieran dentro de la percepción de la información brindada dentro del producto.

Así mismo se pudo ver que para que dicho material existe o se pueda desarrollar de manera eficiente es necesario que el consultorio cuente con un criterio grafico que pueda servir de base para la generación del insumo, puesto que atreves de dicho criterio se puede mantener de una relación entre el producto y la marca, por lo cual, si dicho criterio no existe, se tendrá que empezar por ahí para definir la forma del producto.

En este caso, el ajuste partió del logo del consultorio, en este caso el haber realizado dicho ajuste ayudo a determinar varios aspectos para la propuesta del criterio gráfico, de este aspecto se concluyó que el tener generar un criterio grafico cuando no lo hay, no solo forma parte de la responsabilidad del diseñador, sino que además el generarlo resulta suma mente beneficioso para la marca pues ayuda a mantener una uniformidad dentro de sus insumos haciendo que se pueda desarrollar material gráfico de una forma más eficiente, garantizando también el mantener una imagen nítida y profesional frente al público del consultorio.



Bibliografía

Audiolís. (12 de Mayo de 2021). *Audiolis*. Obtenido de El uso de anglicismos en nuestro día a día: <https://www.audiolis.com/cursos-de-formacion/blog/uso-de-anglicismos/>

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz: Grupo Editorial Desing.
Decofilia. (08 de 07 de 2020). *Decofilia*. Obtenido de Psicología del color gris: <https://decofilia.com/psicologia-del-color-gris/>

Díaz-Valencia. (2012). *Theoretical conceptions on the theory on health education. Systematic review*. Obtenido de Investigación y educación en enfermería: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7385294>

ELI. (13 de Julio de 2016). *English Langue Institute*. Obtenido de El uso de anglicismos en el idioma español : <https://www.eli.es/blog-eli/consejos-para-aprender-ingles/uso-anglicismos-idioma-espanol>

LanceTalent. (5 de Octubre de 2016). *LanceTalent*. Obtenido de Tipos de letra para logos: ¿cómo elegir la adecuada?: <https://www.lancetalent.com/blog/tipos-de-letra-para-logos-dl/>

Mas, F. B. (2017). *Necesidad y situación de prótesis dentales en pacientes adultos*. Obtenido de Universidad Peruana Cayetano Heredia: https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/844/Necesidad_PeraltaMas_Fatima.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Remedios Valdez-Penagos, S. T. (s.f.). *Dialnet*. Obtenido de Análisis de las estrategias para promover la salud bucal : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7385294>

Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Madrid: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Sanmarquina. (Julio - Septiembre de 2020). *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Obtenido de Estado de la salud bucal en el Ecuador : <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/odont/article/view/18133>

Shyrley Díaz Cárdenas, K. A. (02 de 2012). *Impacto de la Salud Oral en la Calidad de Vida de Adultos Mayores*. Obtenido de SciELO: https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1699-695X2012000100003&script=sci_arttext&tlng=pt

Valdez-Penagos, S. T. (julio-diciembre de 2019). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA SALUD BUCAL*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7385294>

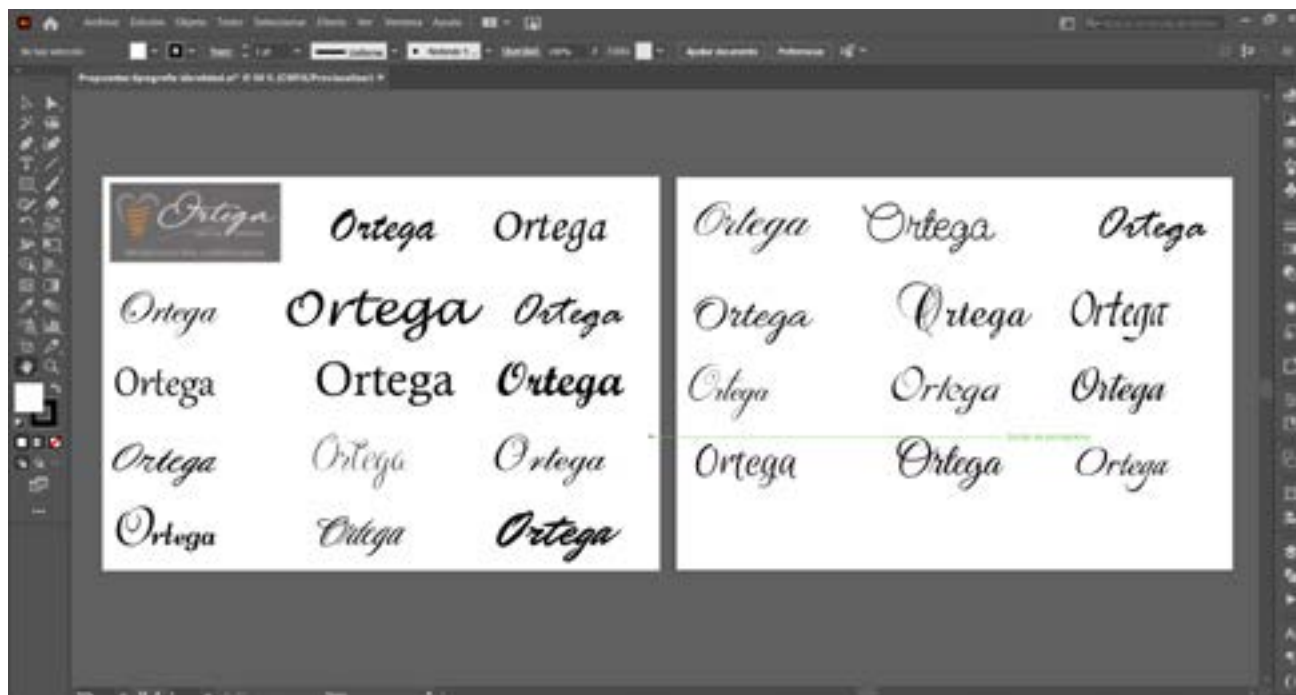
Valladares, M. A. (30 de 06 de 2015). *Diseño Gráfico y algo más*. Obtenido de Diseño eficaz de logotipos. Parte 1: Símbolos, metáforas y el poder de la intuición: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/mvalladares/2015/06/30/disenio-eficaz-de-logotipos-parte-1-simbolos-metaforas-y-el-poder-de-la-intuicion/>

Velázquez-Olmedo LB, O.-B. L.-V. (2014). *medigraphic.com*. Obtenido de Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social: <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=51441>

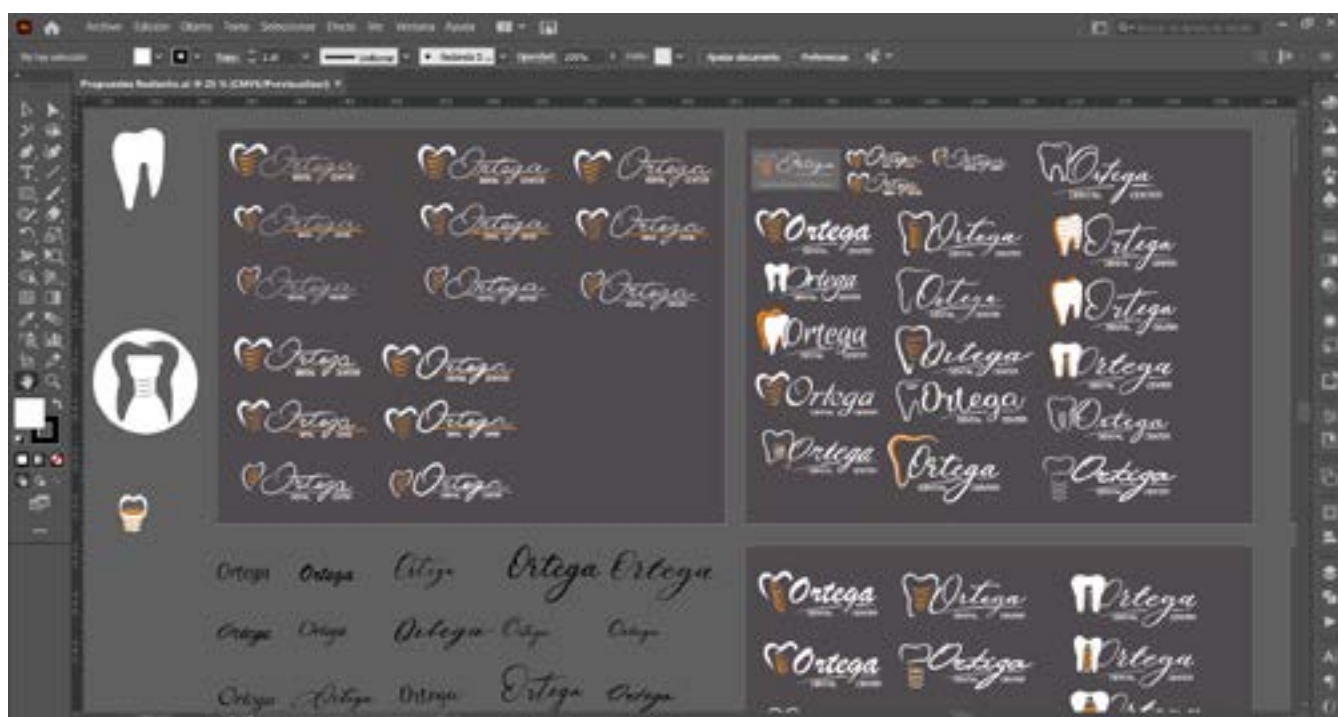


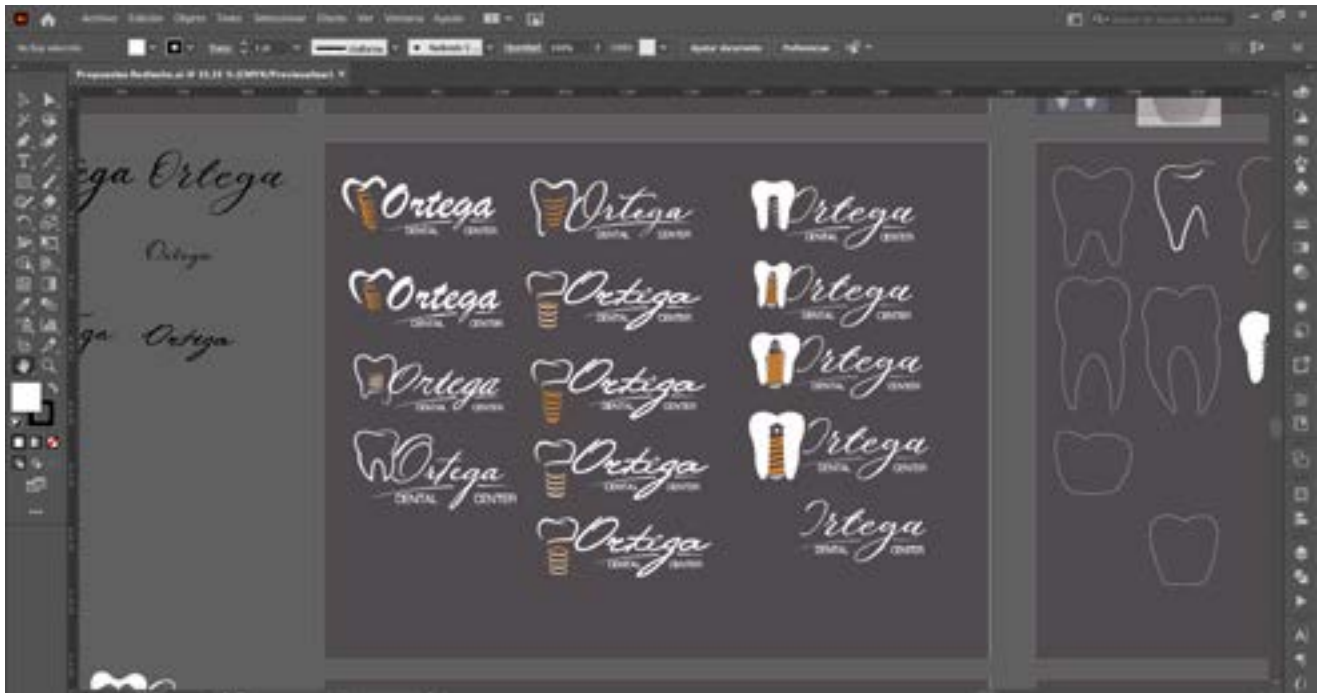
Anexos

Exploracion de fuentes para el logo:



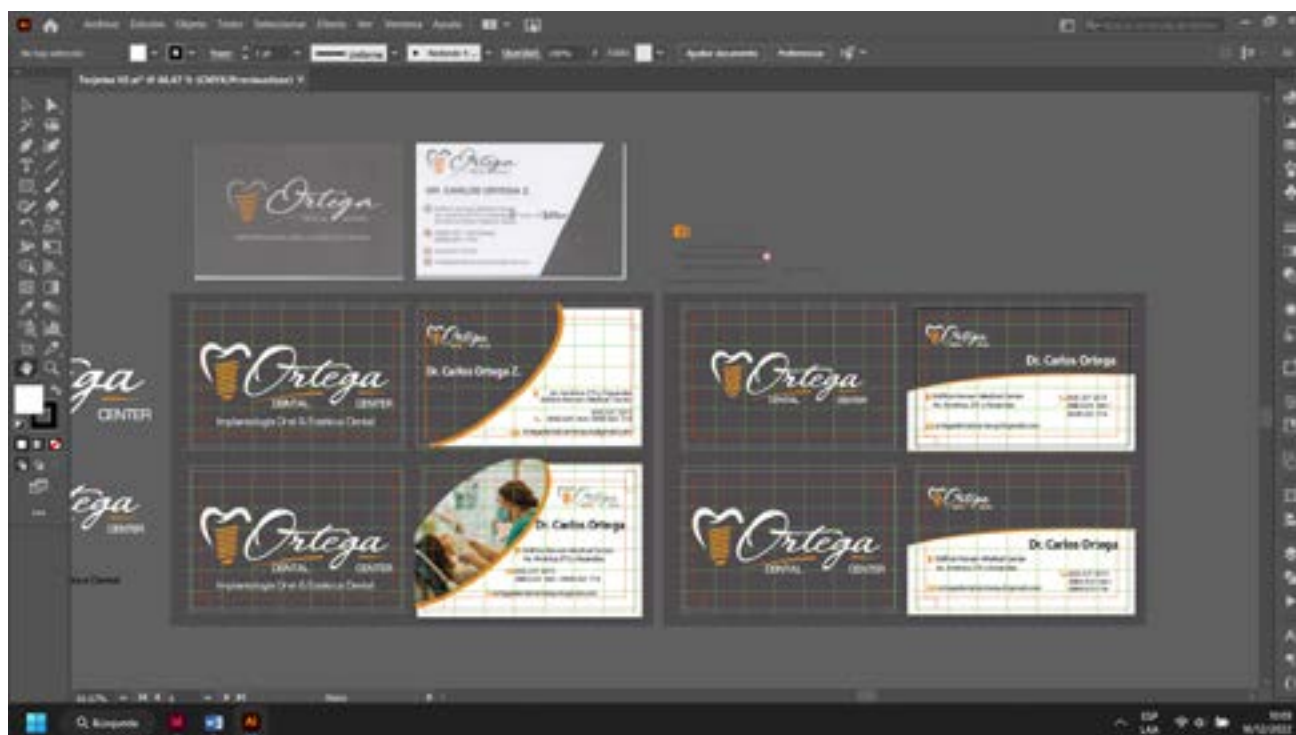
Diseño de propuestas para el logo (icono + logo)







Diseño de propuestas para las tarjetas:





Diseño de propuestas para las Banners:



Diseño de propuestas para las Publicaciones





Link de los archivos Finales:

https://puceeduec-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/xrosero282_puce_edu_ec/El6vZiz_Tx1Nm-q9Wa0W0XCQBMKdXFTBMUf03VD41K83d7g?e=PFAPbM

Link del material de la validacion:

https://puceeduec-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/xrosero282_puce_edu_ec/El1iqBQQDS9GrI-Wns7-OPdIBtc0-Elqk1rG7tBYeU-7-Tw?e=KMFCpU