










Caso (Marca)	Producto	Relato	Cadena Logística	Constelación de Productos	Grupo Objetivo según "las 3C"	
IDEAL	Incluye los intereses del niño (3C), y se materializan en un lenguaje propio de éste (colores, formas, texturas, etc).	Plantea el cepillado como algo entretenido y necesario, utilizando signos propios de la identidad de los niños.	*Materiales y formas recomendados por MINSAL. *Packaging que integra signos de identidad del niño. *Distribución gratuita desde entidades gubernamentales.	Productos que sean parte de un "Sistema de higiene bucal".		Tiene los dientes limpios y sin caries.
						Es preocupado de su autocuidado y sabe la importancia de tener los dientes limpios.
						Le entretiene lavarse los dientes.
CEPILLOS CURAKID (producto en situación referencial)	Cepillo extra suave, de cabezal pequeño con 3840 cerdas de nylon, de 0,1 mm de diámetro; detrás tiene pequeños relieves para la limpieza de la lengua. Tiene un mango auto-soportante y ergonómico.	Promete un cepillado "extraordinaria mente suave y eficaz", garantizando la calidad suiza. No utiliza signos que identifiquen al niño.	*Uso de materiales indicados por la norma. *Packaging aburrido para los niños.	Cepillo dental: se presenta variedad en diferentes colores. El resto de los productos corresponden a otras marcas.		Tiene los dientes limpios, pero no necesariamente sin caries porque es una actividad que dura únicamente 3 días.
						Comprende la importancia de desarrollar un buen cepillado para tener los dientes limpios.
						Se entretiene en el proceso porque tiene una tarea específica que es eliminar el color de sus dientes.
CEPILLO GENÉRICO DENTAL INFANTIL (productos en situación actual)	Cepillos de distintos colores, tamaños y grosores. Todos con imágenes de personajes infantiles en sus mangos. Algunos de los mangos son demasiado delgados.	Se alude a lo entretenido de cepillarse junto a personajes de series infantiles.	*Uso de formas no recomendadas por MINSAL. *Todos los packagings muestran imágenes de los personajes infantiles que tienen los cepillos.	Todos los productos corresponden a diferentes marcas.		Tiene los dientes sucios y cariados.
						No comprende la importancia de tener una buena higiene bucal.
						No le gusta lavarse los dientes porque lo ve como una actividad tediosa y aburrida.
BRECHAS	Hace falta vincular la identidad (según las 3C) del niño con el lenguaje de sus productos	Carencia de un discurso que sea coherente con los intereses del niño y con la importancia de la Higiene Bucal.	*No se siguen las recomendaciones del MINSAL al diseñar. *Carencia de packaging que atraiga la atención de los niños. *Escasa oferta de sistema-producto para la higiene bucal de distribución gratuita desde entidades gubernamentales.	Hace falta un enfoque sistémico a la hora de proyectar soluciones para la higienización bucal, que respondan a los mismos principios de diseño.	Existe una escasa conexión física, cognitiva y emocional, respecto de los hábitos de higiene bucal desarrollados por los preescolares, lo que genera problemas dentales.	