

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Salazar
Director de la División
Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Coordinación de Vinculación y Fortalecimiento Académico

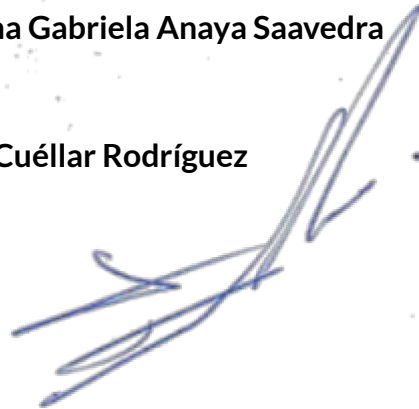
Periodo: 01 Agosto 2025 al 31 Enero 2026

Proyecto: Programa de Fortalecimiento de las Funciones Sustantivas de la Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico

Clave: XCAD000627

Responsable del Proyecto: Dra. Irma Gabriela Anaya Saavedra

Asesor Interno: Octavio Cuéllar Rodríguez

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Daniel Alejandro Martínez Hernández', is written over the text of the student's name and matriculation number.

Nombre completo: Daniel Alejandro Martínez Hernández

Matrícula: 93348000

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 55 9199 8721

Cel.: 44 6232 0678

Correo electrónico: dalex.martínez@gmail.com

Programa de Fortalecimiento de las Funciones Sustantivas de la Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico

1. Introducción

El presente documento constituye el reporte final de las actividades realizadas durante el periodo de prestación del servicio social en la Unidad de Patología y Medicina Bucal de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, como parte del Programa de Fortalecimiento de las Funciones Sustantivas de la Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico .

El proyecto se desarrolló en el marco de una estrategia institucional orientada al fortalecimiento de la comunicación digital y la difusión del conocimiento en materia de salud bucal.

En un contexto donde las plataformas digitales juegan un papel fundamental en la transmisión de información, la vinculación social y la construcción de identidad institucional, se diseñó e implementó un plan integral de comunicación digital destacando sus servicios, su labor educativa y su impacto en la comunidad. Este plan tuvo como finalidad posicionar a la Unidad como un referente académico, científico y social, destacando sus servicios, su labor educativa y su impacto en la comunidad.

A lo largo del periodo reportado, se llevaron a cabo diversas actividades relacionadas con la planeación estratégica, la creación de contenido y la comunicación a través de redes sociales, lo cual permitirá generar un flujo constante de información relevante y accesible para distintos públicos objetivo.

2. Objetivo general

Fortalecer la presencia digital de la Unidad de Patología y Medicina Bucal mediante el diseño, desarrollo e implementación de estrategias de comunicación orientadas a la difusión de contenido educativo, científico y social, promoviendo la participación activa de la comunidad universitaria y el acercamiento con la población en general.

3. Actividades realizadas

Las actividades desarrolladas durante el servicio social se estructuraron en diferentes ejes estratégicos, los cuales se describen a continuación:

Planeación estratégica

Se realizó un análisis de los diferentes públicos objetivo, incluyendo estudiantes, docentes, egresados, pacientes, comunidad y aspirantes. Con base al mismo, se definieron los lineamientos de comunicación, el tono discursivo y los tipos de contenido adecuados para cada segmento. **Ver Anexo 1.**

Asimismo, se elaboró un plan de comunicación digital y un calendario editorial mensual. **Ver Anexo 2.**

Creación de contenido

Se diseñaron materiales visuales y audiovisuales, tales como infografías, videos cortos, reels y se planearon publicaciones informativas. También se incluyó en el plan la redacción de artículos de divulgación académica y contenidos tipo blog orientados a la educación en salud bucal.

Las directivas principales de la línea editorial se concentrará en tres grandes rubros:

- Servicio de atención a población en general.
- Educación pregrado, posgrado.
- Servicio de recepción de biopsias.

Programa de redes sociales

Se llevó a cabo la creación de un plan de publicaciones de contenidos en plataformas digitales como Facebook e Instagram, considerando los horarios óptimos de interacción para mayor actividad orgánica en contenidos educativos y profesionales en redes sociales en México, así como el monitoreo del desempeño de las publicaciones.

De igual manera, se trabajó en la creación de contenido y comunicación para la Unidad de Patología y Medicina Bucal, promoviendo la participación activa de la comunidad universitaria y buscando el acercamiento con la población en general.

Vinculación y difusión

Se promovieron los servicios clínicos incluyendo la atención a pacientes y la recepción de biopsias, las cuales son las principales actividades de la Unidad de Patología y Medicina Bucal.

A su vez, en el mismo plan fueron integrados como contenidos recurrentes la difusión de eventos académicos, programas educativos y actividades de servicio social.

Creación de contenido

Se planearon y produjeron materiales visuales y audiovisuales, tales como una infografía, y un video cortos, pensados como publicaciones informativas. También se hizo un plan de artículos de divulgación académica y contenidos tipo blog orientados a la educación en salud bucal.

Dichos contenidos fueron planeados para difundirse en los canales oficiales de Instagram y Facebook del **Posgrado de Patología y Medicina Bucal UAM Xochimilco**.



[instagram.com/mpmb_uam](https://www.instagram.com/mpmb_uam)



[facebook.com/patologiaymedicinabucal.cbs.uamx](https://www.facebook.com/patologiaymedicinabucal.cbs.uamx)

Infografía

Se creó una infografía para difundir la labor de la **Unidad de Patología y Medicina Bucal**, la cual será distribuida mediante las historias y línea de tiempo de ambas redes sociales.

La ejecución consistió en:

- Entrevista a la **Mtra. Marcela Vázquez Garduño** acerca de las actividades de la unidad.
- Creación de un Story Board el cual se sometió a aprobación.
- Redacción de textos a incluir, concisos, claros y con un tono adecuado después de un proceso de investigación.
- Toma de fotografías de los procesos, planificando planos y secuencias adecuadas.
- Diseño de la infografía, utilizando herramientas de IA, Photoshop e Illustrator (sobre todo en la fase de concepto).



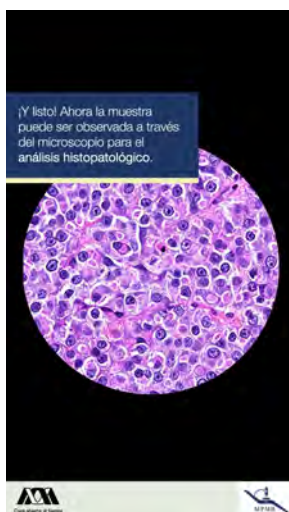
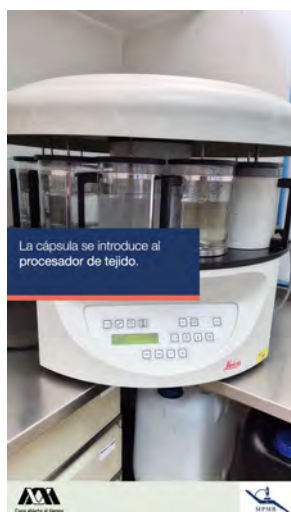
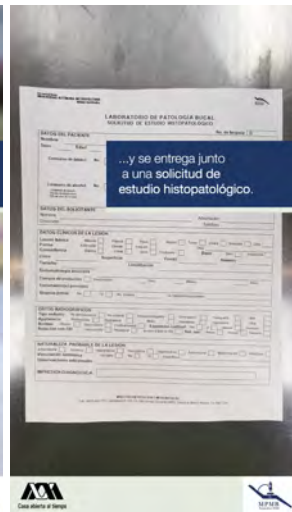
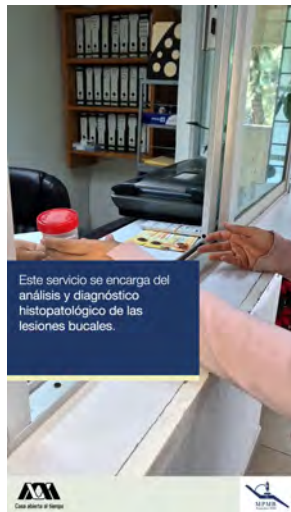


Video

Se produjo un video para difundir el Servicio de Recepción de muestras del Laboratorio de Patología y Medicina Bucal para ser distribuido en el timeline e historias de los canales oficiales.

Las tareas implicadas en la ejecución consistieron en:

- Una entrevista a la **Mtra. Itzia Araceli Torres Torres** acerca de los procesos y procedimientos administrativos y técnicos para la realización de los estudios patológicos de las muestras recibidas.
- A partir de dicha entrevista se creó un guión que abarcara los principales puntos y pasos relevantes del procedimiento, el cual se trabajó en conjunto con la encargada del laboratorio hasta obtener su aprobación.
- Dicho guión incluía sugerencias de tomas, encuadres y duración de las secuencias.
- Fueron redactados los textos a incluir mediante narrador buscando que fueran concisos, claros y con un tono adecuado.
- A partir del guión se hizo la toma de fotografías y videos de los procesos, equipo, herramientas y laboratorio. Se contó con documentación y muestras reales, así como con la colaboración del personal del laboratorio.
- Se realizó la producción de la narración mediante la herramienta IA de ElevenLabs, eligiendo entre varias voces y estilo para adecuarse al plan editorial.
- Con el material listo y aprobado se concretó la edición y producción del video mediante Adobe Premier.



4. Metas Alcanzadas

Como resultado de las actividades realizadas, se consiguió:

- Concretar la implementación de un plan integral de comunicación digital a mediano plazo.
- Fue definida una línea editorial bien acotada dependiendo de los diferentes tipos de público objetivo (estudiantes, docentes, egresados, pacientes, comunidad y futuros aspirantes).
- A su vez buscó alinear el tono discursivo a cada uno de las audiencias:
 - Estudiantes
 - Docentes
 - Egresados
 - Pacientes / Comunidad
 - Futuros aspirantes.
- Tanto el calendario de publicaciones, como la línea del contenido fueron pensados con el objetivo de lograr un incremento en la visibilidad de la Unidad en medios digitales.
- Asimismo, se logró consolidar la participación de distintos actores de la comunidad universitaria en la generación de contenido.
- Toda la ejecución contribuirá a fortalecer la identidad institucional y promover un sentido de pertenencia entre las comunidades objetivo.

5. Resultados y Conclusiones

Aunque sea evidente, no puede soslayarse la relevancia de la comunicación digital como herramienta estratégica en el ámbito académico y de la salud. Es por ello que sistematizar en lo máximo posible los procesos de producción digital del contenido.

El proyecto permitió establecer una base sólida para la gestión de redes sociales y la difusión de información especializada. Esto es un paso importante hacia la sistematización mencionada.

Un área importante de oportunidad encontrada en este proyecto fué el seguimiento por parte de la Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico. Es por ello que fomentar el compromiso con la comunicación digital debe priorizarse.

La implementación de estrategias digitales bien estructuradas contribuye significativamente al posicionamiento de la Unidad de Posgrado de Patología y Medicina Bucal UAM Xochimilco a nivel institucional y académico, así como a la educación y

concientización de la población universitaria y público en general en temas de salud bucal.

6. Recomendaciones

Desde el plano de la comunicación institucional

En cuanto al tema de comunicación se recomienda dar continuidad al plan de comunicación digital que permita:

- Mantener un ritmo que permita la difusión orgánica de los contenidos.
- Generar expectativa para mantener cautivos a los actuales seguidores.
- También se sugiere establecer e implementar métricas detalladas para evaluar el impacto de la estrategia, adecuarlas y alinearlas a temporadas específicas a fin de lograr una mejor difusión.
- Igualmente se debe considerar explorar nuevas plataformas digitales que permitan ampliar el alcance hacia cada audiencia.

Todo ello permite que el algoritmo de cada plataforma haga su trabajo, sugiriendo el contenido a un público mayor.

Contenidos

Se debe fortalecer la producción de contenido audiovisual. Teniendo una línea y un plan definidos puede hacerse la transferencia de manera transparente a los nuevos colaboradores del proyecto.

Debido a los temas de producción, tener una planeación a mediano y corto plazo contribuirá a la organización de cada una de las partes involucradas y mantener su compromiso. Eso incluye sesiones fotográficas, grabaciones de audio y video, entrevistas, escritura de guiones o artículos, diseño, edición, etc

Las acciones tácticas deberán adecuarse y sistematizarse en lo posible para producir de la manera más eficiente posible los diversos tipos de entregables, cada una con sus procesos y tiempos propios:

- Entrevistas y testimoniales
- Reels estáticos
- Artículos

Acciones colaborativas

Finalmente, es buena idea mantener y fomentar la colaboración interdisciplinaria para enriquecer la calidad y diversidad del contenido generado tomando en cuenta los públicos objetivo sugeridos en el plan.

Todo ello será primordial para mejorar la ejecución, la comunicación entre los participantes y sobre todo los tiempos de entrega.

7. Bibliografía y/o Referencias Electrónicas

Plan de Comunicación Digital, Unidad de Patología y Medicina Bucal — UAM Xochimilco (2025–2026). **Ver Anexo 1.**

Kotler, P. & Keller, K. Dirección de Marketing. Pearson.

Chaffey, D. Digital Marketing Strategy. Pearson.

[Cuáles son los mejores horas para publicar en redes sociales en 2025](#) - MHA Consulting.

[HubSpot. Tipos de contenido en redes sociales: guía completa 2025.](#)

[Hootsuite. Social Media Trends Report.](#)

ANEXO 1

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Unidad de Patología y Medicina Bucal — UAMX

Periodo: Octubre 2025 a Febrero 2026

Objetivo General

Fortalecer la presencia digital de la Unidad de Patología y Medicina Bucal, destacando su labor académica, científica y social, mediante la participación activa de estudiantes, docentes y egresados, generando contenido educativo y emocional en redes sociales.

Temas a destacar

- Servicio de atención a población en general.
 - Educación pregrado, posgrado.
 - Servicio de recepción de biopsias.
-

Stakeholders y tono de comunicación

Stakeholder	Voz	Tipo de contenido sugerido
Estudiantes	Joven, inspirador, participativo	Historias de prácticas clínicas, tips, experiencias, retos académicos.
Docentes	Profesional, didáctico, cercano	Difusión sobre innovación, investigación y educación del área.
Egresados	Testimonial, motivador	“Dónde están ahora”, historias de éxito profesional.
Pacientes / Comunidad	Humano, empático	Labor social universitaria, campañas de salud bucal.
Futuros aspirantes	Aspiracional, informativo	Motivos para estudiar postgrado en la UAM, vocación y oportunidades.

Canales

- **Instagram/Facebook:** Reels, campañas visuales, noticias, eventos, entrevistas, testimoniales de alumnos y exalumnos.
-

Día y fecha de publicaciones

En México, martes y miércoles son los días con mayor actividad orgánica en contenidos educativos y profesionales.

Red	Día	Hora recomendada	Motivo
Instagram	Miércoles	7:30 p.m	Coincide con descansos de clases y fin de jornada; buena interacción móvil.
Facebook	Martes	12:30 PM	Usuarios activos desde la oficina o al llegar a casa.

CALENDARIO EDITORIAL

Noviembre 2025 — Marzo 2026

Mes	Tema del mes	Publicación
Noviembre 2025	Mes de la salud bucal	1. Infografía Instagram: “Pasos del examen bucal”. 2. Video corto FB: “Conoce nuestra clínicas universitaria”. 3. Post FB/Instagram: Alumnos de Postgrado: “¿Por qué elegí a la UAM para el Postgrado?” 4. Publicar eventos del trimestre

Diciembre 2025	Innovación, ciencia y comunidad	1. Cápsula informativa con docente: “Día Mundial del Cáncer Bucal” 2. Post Blog “Tema relevante de investigación en la Unidad de Patología y Medicina Bucal”. 3. Post FB/Instagram: “Testimonios de egresados”. 4. Publicar eventos del trimestre.
Enero 2026	Reconocimiento y labor social universitaria	1. Post Blog “Clínica universitaria: atención y compromiso con la comunidad”. 2. Video o entrevista: “Servicio de recolección de biopsias”. 3. Publicar eventos del trimestre
Febrero 2026	Educación continua	1. Reel “El amor también está en la sonrisa” para el día del amor. Concientización sobre la salud bucal. 2. Post Blog: “Conoce el escáner digitalizador de Lams” 3. Post FB/Instagram: “Actividades de Pasantes de Servicio Social”. 4. Post Blog: “Tema sobre investigación y actualización profesional”. 5. Post FB/Instagram: Evento de posgrado.
Marzo 2026	Salud bucal preventiva integral	1. Entrevista a docente: Salud bucal integral. Énfasis en que la salud bucal va más allá de la boca. 2. Reel “Disfruta las vacaciones de verano con una sonrisa” (<i>Link y demostración a la página de citas en la nueva clínica</i>). 3. Infografía: “5 hábitos para mantener una salud bucal integral”. 4. Post FB/Instagram: “Prevención”. Énfasis en las áreas en que se divide la odontología integral.

ANEXO 2

PLAN DE TRABAJO

[illegible]