

Tu Estilo

Jeeyshon Jossué Pineda Tupiza

7 ANIVERSARIO

PUCE

Diseño Gráfico

Proyecto de Integración Curricular | Diciembre 2021

Estudiante:
Jeeyshon Jossué Pineda Tupiza

Docentes:
Mariana Lozada
Guillermo Sánchez
Nathaly Pinto
Karla Betancourth

Proyecto Académico de Integración Curricular de Diseño Gráfico
Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Material informativo que brinde asesoramiento en cambios de imagen y estilos que puede considerar una persona al momento de acudir a un salón de belleza

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Diseño Gráfico
arquitectu ño y artes

Contenido

Introducción 5
Resumen general 5
Prólogo 6
Justificación personal 6
Justificación social 6
Agradecimiento 7
1. Descripción del caso: 8
a. Aspectos Internos: 14
b. Aspectos Externos: 17
2. Problema gráfico 21
Fundamentación teórica y metodología 24
Comunicación Organizacional 24
Sociología 25
Asesoría de Imagen 27
Diseño para la información 28
Metodología de diseño 30
a.Descripción y análisis de las piezas gráficas existentes del caso y tipologías. 30
a.1 Descripción piezas del caso 30
a.2 Descripción tipologías 31
a.3 Piezas gráficas existentes 33
a.4 Conclusiones 35
b.Descripción del problema gráfico 35
Propuesta de valor 35
Lienzo de modelo de negocios 37
Vectores de la forma 38
c.Objetivos del proyecto gráfico 40
c.1 Objetivo General 40
c.2 Objetivos Específicos 40
3. Solución gráfica 41
a. Generación de la Idea (Concepto) 41
Concepto final de diseño 43
b. Exploración de la forma: 44
Maquetas de estudio 44
Estructura inicial del proyecto gráfico 44
Ideas gráficas iniciales y evolución 45
Validación del estilo grafico 50
Validación teórica de propuesta inicial 53
Factores de Requerimiento de Diseño 53
c. Prototipo Gráfico 54
Estructura final del proyecto gráfico 54
Estilo gráfico final 56
Detalle gráfico de todos los elementos 59
Detalle técnico 63
Validación Final 65
4. Conclusiones y recomendaciones
Conclusiones 74
Recomendaciones 75
Bibliografía 76
Anexos 77

Introducción

Material informativo que brinde asesoramiento en cambios de imagen y estilos que puede considerar una persona al momento de acudir a un salón de belleza

Resumen general

Muchas personas no se sienten a gusto con la imagen que están proyectando de ellas mismas, sus experiencias, malas recomendaciones y decisiones equivocadas han provocado que su imagen interior no sea reflejada en el estilo que llevan. El mal asesoramiento y el no tener un respaldo profesional que valide la información de los servicios que ofrecen las peluquerías, ha provocado que las personas no se sientan a gusto con ellas mismas. El presente trabajo de fin de carrera fue guiado por Lourdes Tupiza, estilista y dueña de J' Luxe Estética Peluquería, que fue el motor para realizar el trabajo de investigación, creación y diseño; no solo por su visión de ayudar a los clientes sino por la pasión que demuestra en su empresa. El proyecto busca apoyar a las personas activamente en el asesoramiento de cambios de imagen y estilos que considera el cliente cuando acude con dudas a la peluquería, en especial al público que más frecuenta la peluquería, mujeres de entre 18 a 40 años, con el fin de crear una nueva experiencia.

Objetivo General

- Desarrollar una aplicación móvil que facilite la comunicación con clientes de la peluquería, y la toma de decisiones acertadas para su cambio de look

Objetivos específicos:

- Mostrar los beneficios que puede adquirir el cliente de la peluquería al tomar la decisión de cambio de look a través de los recursos gráficos expuestos y reforzando la satisfacción del nuevo estilo escogido.

-Promover el interés por el cambio de imagen mediante la interacción y la experiencia con la aplicación móvil, que además permita el entendimiento del recorrido dentro de la aplicación y se evidencie el dinamismo con la información brindada.

- Generar confianza en la elección del servicio de peluquería a través de la información respaldada por los expertos y el uso del mensaje gráfico, permitiendo la credibilidad del asesoramiento.

Prólogo

Justificación personal

J' Luxe Estética Peluquería, a pesar de ser una empresa en crecimiento atiende alrededor de dieciocho clientes a la semana y dentro de ellos, once no están seguros de que cambio de look realizarse. Los clientes sienten gran inseguridad por la falta de conocimiento en los procesos que realizan los estilistas y dudan por la falta de información sobre las posibilidades en los servicios que existen en la peluquería para cada persona. El poder brindar un servicio con una experiencia diferente fue el motivador para ponerme en el lugar de ellos y el cómo me gustaría ser atendido. La curiosidad por parte del comitente de cómo puede influenciar el diseño gráfico en las personas y las herramientas tecnológicas que se puedan utilizar para facilitar el asesoramiento, se convirtieron en el punto de partida para desarrollar este tema de estudio y abordar un servicio que no ha sido pensado para esta área laboral ni en este público.

Justificación social

Según el modelo de gestión de la Junta Nacional de defensa del Artesano (2021) El objetivo se basa en: "Generar, impulsar y coordinar una política pública que impulse el desarrollo del artesano en todas sus ramas de bienes y servicios; como sector innovador, incluyente y equitativo, generador de empleo y potenciador de las identidades nacionales." (p. 5)
El apoyar a este gremio por medio del diseño y la tecnología no solo ayudará a impulsar sus negocios por ofrecer un servicio innovador sino por el hecho de ser incluyentes con las personas que necesitan de un asesoramiento profesional. El sistema grafico además apoyará con el crecimiento personal, sentimental y profesional de las personas, gracias al aumento de su autoestima y por crear seguridad en sí mismos para enfrentar al mundo que los rodea y con el tiempo el sistema grafico busca poner un grano de arena para crear un impacto positivo, en el desenvolvimiento de los quiteños.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme disfrutar y compartir mi vida con mi familia, gracias a mi madre por su amor, la motivación y el apoyo incondicional para cumplir mis propósitos, gracias a mi hermano por su ejemplo del ser perseverante, por cada una de sus palabras para no desmayar y por hacer mi vida feliz, gracias a mi padre por anhelar siempre lo mejor para mi vida y extenderme su mano sin esperar nada a cambio, gracias a mi abuelita por sus bendiciones, gracias a mis tíos y primos por confiar y creer en mí, gracias a mis amigos por los momentos de risas, gracias a todos mis maestros por enseñarme y convertirme en un profesional y finalmente gracias a mis tres mascotas por su compañía en mis días y noches de estudio.

No fue sencillo cumplir este sueño, pero gracias a todos por ser parte de mi vida y convertirme en lo que soy ahora.

1 Descripción del caso

J' Luxe Estética Peluquería, es un salón de belleza ubicado en la Av. Tomás de Berlanga E8-43 y Av. De los Shyris; que busca superar las expectativas de belleza de sus clientes. Brinda servicios de calidad con innovación y responsabilidad; se encuentra a cargo de Lourdes quién es la dueña del negocio, y lo maneja junto a sus colaboradores y sus hijos. Lourdes lleva en el negocio de la peluquería alrededor de 10 años, pero como empresa independiente 5 años. Su público objetivo son mujeres de edad entre los 24 a 38 años de economía estable.

En los años que la peluquería lleva funcionando, el establecimiento ha llegado a conocerse en toda la ciudad de Quito e incluso llegan clientes a la peluquería de las provincias más cercanas, atraídas por los resultados de los trabajos presentados en redes sociales, pero a pesar de ello presentan algunos inconvenientes. Los colaboradores, no tienen las herramientas necesarias para poder plasmar sus ideas; no logran explicar con claridad los cambios de imagen que podrían realizar, los posibles resultados que obtendría el cliente, ni tampoco tienen información que los respalde para validar lo que ellos quieren plasmar en el cliente. Bajo este contexto, la propietaria indica que ha buscado la manera de solventar esta situación, mediante la publicación de imágenes y videos que coloca continuamente en las redes sociales de Facebook, Instagram y WhatsApp Business. Además, se vale de recursos que encuentra en el internet y que en muchas ocasiones no resultan suficientes para que los clientes puedan tomar una decisión respecto a su cambio de estilo.

Por otra parte, es importante mencionar lo que sucede con los clientes, ya que también se generan conflictos al momento de optar por un cambio de look, pues hay una serie de factores que influyen tales como: experiencias previas que no resultaron exitosas, las diferentes posturas de familiares y amigos que también inciden en su elección. Asimismo, hay otros aspectos importantes que influyen en esta toma de decisiones, como el costo del procedimiento, la información sobre los componentes y posibles consecuencias que podrían causar en su cabello; el tiempo que puede demorar, la imagen que les gustaría proyectar y los cuidados posteriores que se deberían realizar.

Es así como tomando en consideración estos factores de incidencia bidireccional, hace que en muchas ocasiones los clientes se resistan a cortes de cabello, tintes o peinados diferentes a los que han acostumbrado, o si lo hacen, accedan con miedos y sin la confianza de que favorecerán a su apariencia y se ajustarán al entorno o razón por la cual optan por ese cambio.

Lourdes propietaria del establecimiento informa que existe un grupo muy reducido de clientes que suelen tomar decisiones de cambio de imagen muy arriesgadas, pero que aproximadamente el 80% no lo haría, la mayoría de estos clientes indicaron que se animarían a realizarse un cambio de imagen si la institución les ofreciera una asesoría más clara. Por ello, a partir de lo identificado, J' Luxe Estética Peluquería ha brindado la apertura de la investigación, que permitió la definición del siguiente diagnóstico.

Figura 1:
J' Luxe Estética Peluquería



Nota. Fotografía tomada en la sucursal matriz del Norte de Quito. Tomas de Berlanga y Shyris Quito

Figura 2:
Diagnóstico de problemas

Diagnóstico inicial

Familiar:

- Influencia que tienen los familiares en las decisiones de los posibles clientes.

- Reacción de los familiares, al ver que el cliente se ha realizado un cambio de imagen.

- Las personas que se han realizado un cambio de look por parte de los familiares.

Económico:

- El costo de un cambio de imagen puede limitar a algunos públicos.

- La corrección de un trabajo mal realizado, puede salir mucho más costoso que realizar por primera vez.

- No se destina un presupuesto para el mantenimiento de un cambio de imagen.

Educativo:

- Los clientes no tienen información sobre los componentes y posibles alergias que podría causar si se realizan un cambio de look.

- No existe información sobre los cuidados posteriores al cambio de look.

Personal:

- Malas experiencias de mal asesoramiento de imagen previo a realizarse un servicio que no favoreció a su nuevo look.

- Poca información sobre los procedimientos, estética, formas según el cuerpo y tendencias de lo que se pueden realizar los clientes

- Poca información gráfica sobre los tiempos que puede demorar realizarse un servicio.

- Contar con un asesor de imagen dentro del salón de belleza es muy costoso.

Social:

- Las personas no tienen información sobre asesoría de imagen que les permita cambiar su look así que se quedan con una misma imagen toda la vida.

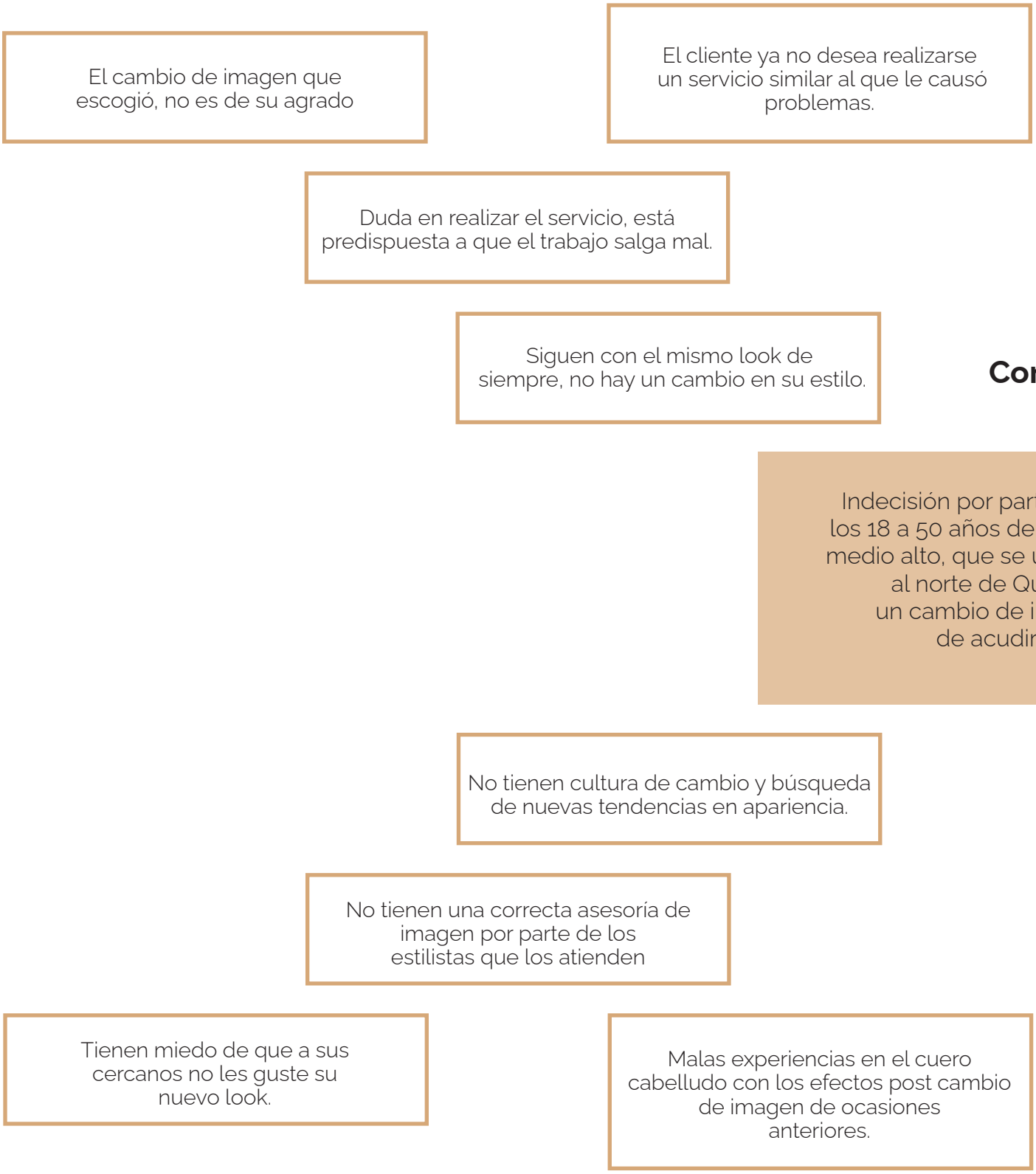
- No hay información de tendencias, ni estilos por edades que ayuden a las personas a tomar una decisión.

- La sociedad a la que está dirigido el problema no tienen la cultura de búsqueda y análisis propio de estilos.

Nota. Desarrollo del diagnóstico inicial clasificado en cinco situaciones donde se puede presentar el problema.

Una vez diagnosticada la situación de J' Luxe Estética Peluquería, se trabajó en la identificación de las principales causas que se están dando lugar a la permanencia del problema y sus posibles consecuencias; las que se detallan en el siguiente árbol de problemas.

Figura 3:
Árbol de problemas



Está resignada a que el resultado no sea favorable o de su gusto

La cliente se siente criticada u observada por las personas haciendo bajar su autoestima.

El cambio de look no dura lo suficiente por ende optan por regresar a su imagen natural.

El servicio que escogen no es el que deseaban o no se lo realizan.

uencias

mujeres en edades entre
de nivel socioeconómico
en el sector de la Jipijapa
Ecuador que buscan
n o estilo al momento
salón de belleza.

usas

Un cambio de imagen demanda muchos gastos

El cuidado posterior de un cambio de imagen requiere dedicación.

Malos resultados en experiencias previas

La imagen que proyectan no es la adecuada para su edad.

Nota. Información de Causas y Consecuencias , adaptado del formato de árbol de problemas.

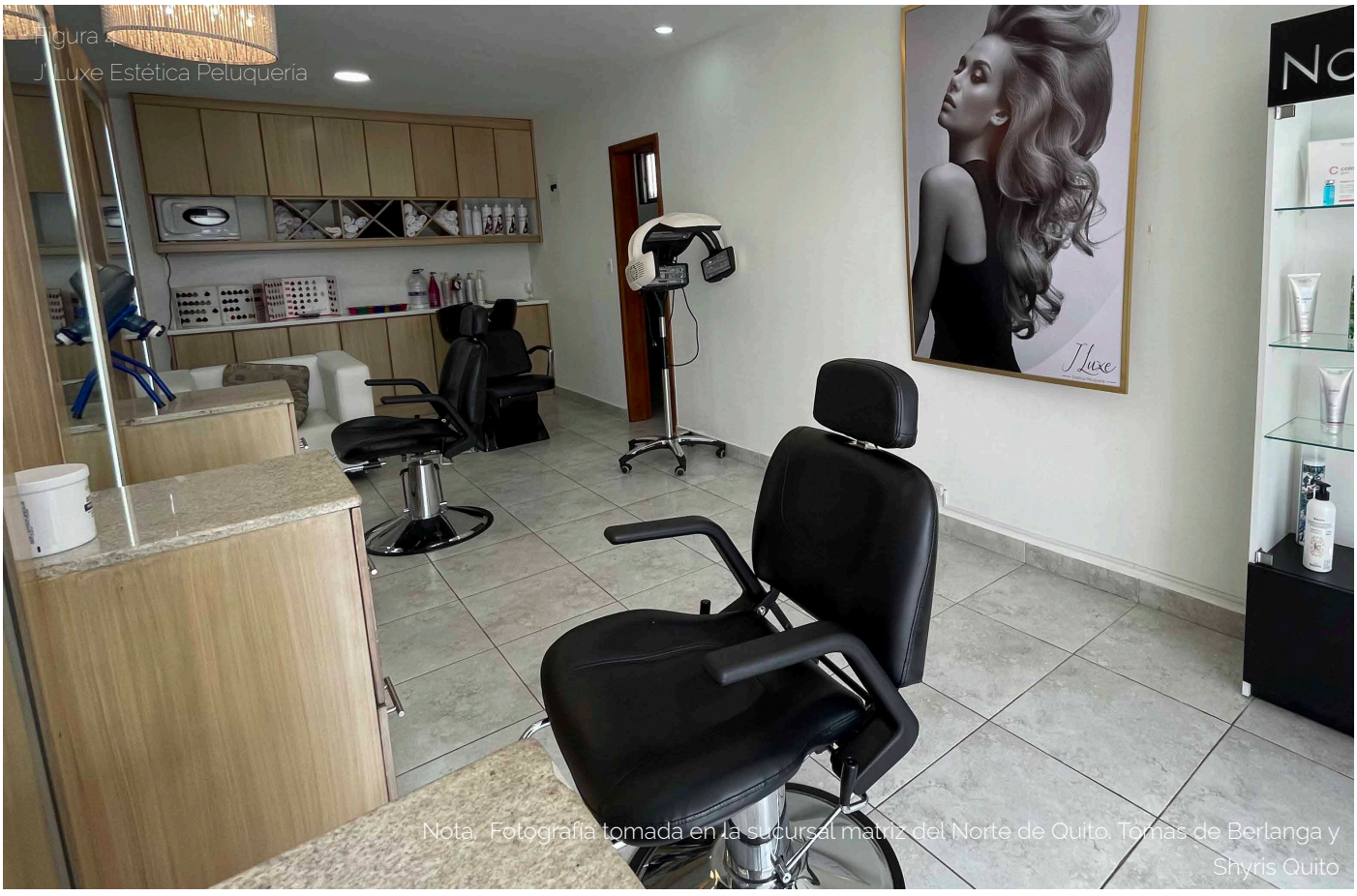
Ya identificadas las causas y consecuencias del problema se encontró la necesidad de realizar una mayor investigación. El árbol de problemas nos permite indagar a mayor profundidad el problema para obtener los insumos necesarios y buscar soluciones efectivas.

Aspectos Internos

J' Luxe Estética Peluquería empezó como el sueño de crear una empresa propia. Lourdes administradora, propietaria y estilista siempre pensó en el mundo de la peluquería y la moda. Desde muy joven estudió peluquería, pero no ejerció en ese momento su sueño, pero siempre mantuvo en su mente el propósito de ponerse su peluquería y lo cumplió ya desde hace 6 años.

La idea de peluquería surgió cuando ella y su familia vivía en el Valle de Los Chillos y se estableció ahí el salón de belleza por dos años mediante una alianza con un familiar. En el 2015 cuando todo el valle se encontraba en alerta por la erupción del volcán Cotopaxi, se tuvo que trasladar la peluquería al norte de Quito, donde plantó sus nuevas raíces, con el nombre de J' Luxe Estética Peluquería y sólo Lourdes como propietaria, a pesar de todo ella no iba a dejar que su sueño no se cumpliera, sus hijos se convirtieron en su mano derecha ejerciendo estilismo y convirtiéndose en los principales coloristas y vendedores; ofreciendo siempre un ambiente de familiaridad y su buena relación con los clientes que se convirtió en una de las características que hace que su negocio destaque.

Figura 2
J' Luxe Estética Peluquería



Nota. Fotografía tomada en la sucursal matriz del Norte de Quito. Tomas de Berlanga y Shyris Quito

J' Luxe Estética Peluquería es una empresa dedicada a superar las expectativas de belleza de sus clientes, brinda un servicio de calidad con innovación y responsabilidad. Son un equipo comprometido con el cliente y el salón de belleza goza de un ambiente laboral ameno que el cliente puede palpar. Ofrece atención personalizada, productos y materiales de peluquería de alta calidad, técnicas y tendencias innovadoras en un entorno de familiaridad y excelencia, buscando ser una de las peluquerías líder en el mercado de Quito y reconocida a nivel nacional por sus servicios, atención al cliente, técnicas vanguardistas y desempeño frente a las expectativas del cliente. Además, fomenta el desarrollo personal y profesional.

La empresa cuenta con 5 valores fundamentales, el primero la honestidad; donde busca ofrecer al cliente el trabajo que se puede realizar; el segundo la honradez, que cobra el precio justo por el servicio realizado; el tercero la solidaridad, donde el personal no duda en colaborar y apoyarse para cumplir las expectativas del cliente; el cuarto el respeto, se implanta la apertura hacia la diversidad de cultura, tradiciones, criterios, opiniones y gustos; y por último la tolerancia, que busca entender y explicar con paciencia a los clientes para cumplir con sus requerimientos.

Su objetivo general, es incrementar el flujo de la clientela y ganancias; extender sus servicios e innovar continuamente con sus técnicas, e implantar respuestas inmediatas para la demanda de los clientes.
La empresa cuenta con la propietaria principal Lourdes y con dos accionistas; sus dos hijos, Jean Pierre Pineda y Jeeyshon Pineda. Sus cargos directivos se dividen en 3 secciones muy importantes, Lourdes como Administradora de la empresa, dirige el personal, atiende a los clientes, se encarga de la contabilidad, reparte y prepara el producto necesario para los diferentes servicios que se realizan los clientes. El otro cargo se encarga de administrarlo Jean Pierre Pineda que se dedica a la parte de ventas, colorimetría complicada para clientes, apoyo al personal y especialista en tratamientos reparadores capilares. Por consiguiente, Jeeyshon Pineda, que se encarga de administrar las redes sociales, crea post publicitarios y realiza edición de videos de todos los trabajos realizados en la peluquería. Finalmente, con el personal de apoyo que son; los estilistas, peluqueros y manicuristas que realizan los servicios de peluquería.

Entre los servicios que ofrece la empresa se encuentran: cortes, lavado, tintes, alisados, repolarizaciones, bio cauterizaciones, bótox capilar, mechas, rayos, balayage, cambio de tono, baños de color, matizado, peinados de fiesta, maquillaje, recogidos, manicura, pedicura, afeitado, recorte de la barba, entre otros.
J' Luxe Estética Peluquería, decide dividir las áreas de servicio en tres: El área de estilismo, el área de manicura y el área de barbería. El área de estilismo mayormente está dirigida a un público de mujeres, en el área se realizan tintes, mechas, balayage, cepillados, peinados, cortes, entre otros. El área de manicure mayormente está enfocada a todos los públicos, los servicios que se realizan principalmente son: manicure, pedicura, uñas acrílicas y uñas esculpidas finalmente, el área de barbería, que está dirigida mayormente a un público de hombres, ya que se realizan servicios de corte de barba, cortes de cabello corto, líneas de corte urbanos y diseño de barba o bigote. Estas áreas están dirigidas por los trabajadores especialistas de cada sección, pero siempre se encuentran a supervisión de Lourdes.

La empresa usa tres redes sociales: Facebook, que cuenta con 5.449 seguidores y 865 personas que han confirmado haber visitado el local comercial. Las estadísticas de reacción por cada post varia del trabajo realizado, un estimado de reproducciones de post va desde 194 reproducciones a 36.759 reproducciones. En cuanto a la red social Instagram, J' Luxe Estética Peluquería cuenta con 2.781 personas que siguen la cuenta y con 868 publicaciones hasta el momento y finalmente en la cuenta de WhatsApp Business cuenta con 378 contactos registrados y alrededor de 50 contactos que han pedido información, pero las personas no han generado citas y por ello la empresa no los tiene registrados en la base de datos. Se puede evidenciar como las redes sociales se ha convertido en el principal medio de comunicación para la peluquería, ya que cualquiera que tenga una computadora o un teléfono inteligente puede leer los posts y comunicarse con la peluquería.

El cliente por lo general llega a conocer a la peluquería mediante redes sociales, son pocos los clientes que han visto el local comercial durante el camino y han entrado para realizarse un servicio. Los clientes mayormente ven los trabajos que se han realizado en la peluquería, se deciden a escribir un mensaje interno o a comentar los diferentes posts, esperan la respuesta o se ponen en contacto por llamada telefónica.

La persona a cargo de las redes sociales de la peluquería se dedica a de responder todas las inquietudes que tiene el cliente, escucha sobre lo que le gustaría realizarse, los procedimientos que ya se ha realizado antes, la disponibilidad de tiempo que tiene el cliente y sus miedos en el resultado. Además, resuelve las dudas sobre el presupuesto del servicio que se van a realizar y sobre todo esperan un asesoramiento previo de lo que se podrían hacer y lo que no se podrían realizar.

El cliente una vez que se comunicó con la peluquería de forma externa, decide coordinar una cita para acercarse a la peluquería, a pesar de tener información previa y un pequeño direccionamiento al servicio que le convendría, la mayoría de los clientes ya viene con una idea de lo que se quiere realizar, sin embargo, antes de tomar la decisión de su cambio de imagen, busca referentes en internet o toma captura de imagen de los trabajos antes realizados en la peluquería, esto ayuda a que el cliente tenga mayor seguridad de que servicio quiere realizarse y también en confiar en la peluquería. Sin embargo, hay casos de clientes que no salieron totalmente satisfechos por el cambio de look que ellos mismos decidieron, ya sea porque el estilista no le supo dejar claro cómo sería su posible resultado o el cliente no tomó en cuenta la sugerencia que recomendaba el estilista, o también debido a como el cliente ya llevaba su cabellera (procesos químicos anteriores) que dejaron muy maltratado la estructura capilar. El cliente no tiene una referencia gráfica de cómo podrían ser los resultados si su cabello se encuentra muy maltratado; a un cabello que se encuentra sano, si el color del cabello va con su tono de piel o si el corte que escoge puede definir mejor su rostro.

En una encuesta realizada rápidamente a 87 personas de edades entre 16 a 55 años, se encontró que el 32,2% de los encuestados no se sienten conformes con el look que están llevando. A pesar de brindar un asesoramiento previo es difícil para los estilistas dar a conocer al cliente sobre sus posibles resultados, ya que no tienen información que los respalde, las herramientas que maneja el personal de la peluquería son básicas y el cliente no comprende a la perfección las técnicas que usarían en él. Por parte del cliente, le gustaría un análisis más minucioso que le pueda ayudar a tomar la decisión sin dudar y tener una idea clara de cómo podría quedar su look si se realiza el servicio.

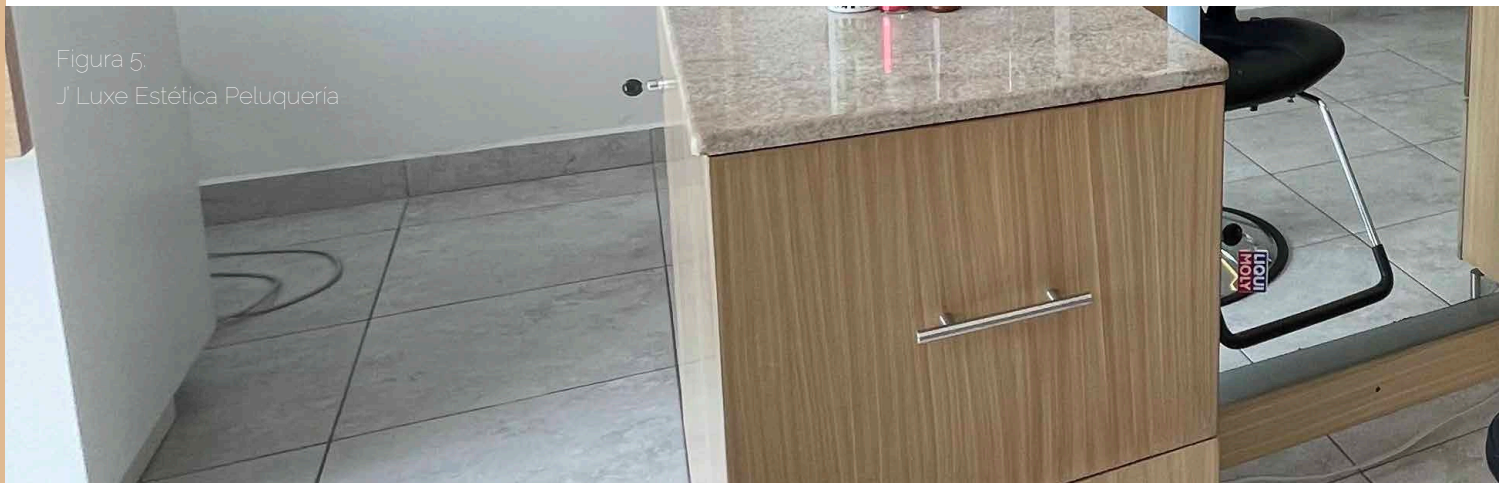


Figura 5:
J' Luxe Estética Peluquería

Aspectos Externos

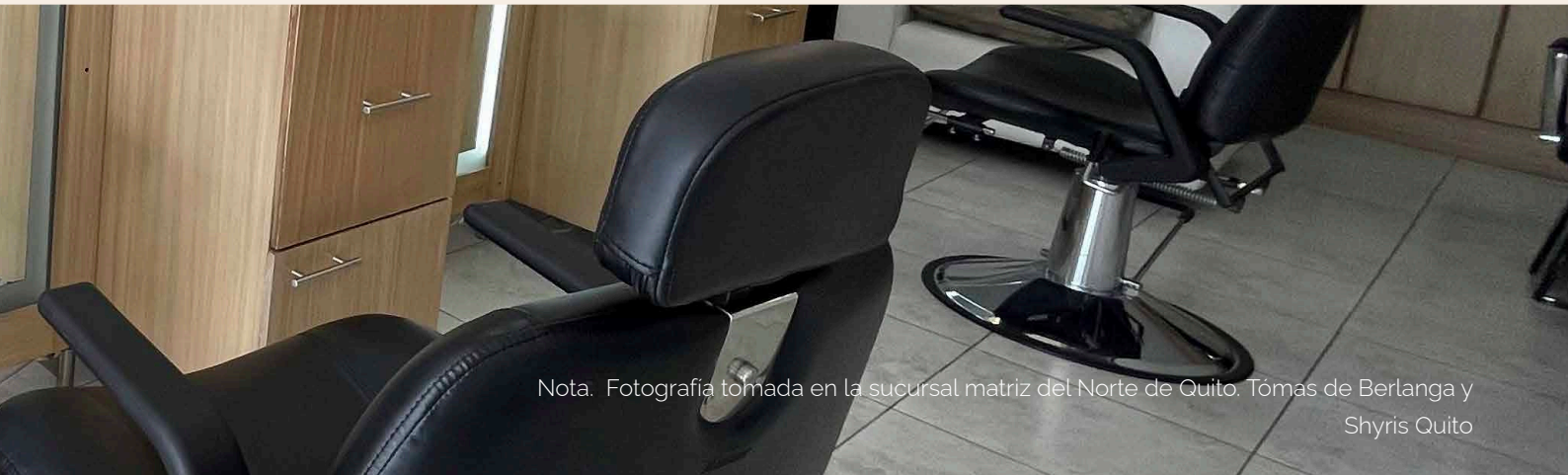
La mayoría de los clientes percibe que J' Luxe Estética Peluquería, realiza trabajos que pueden mejorar la imagen del cliente, tienen el respaldo de los trabajos realizados que se encuentran publicados en sus redes sociales, entre ellos imágenes y videos del "Antes y el Después" del servicio realizado. Además, tienen el respaldo de las marcas que J' Luxe Estética Peluquería utiliza para realizar los diferentes servicios, sin embargo, hay personas que ponen en duda los resultados, piensan que no pueden ser verídicos por el gran cambio del cabello en el servicio realizado o las personas piensan que incluso se aplican efectos en las fotos y videos para que el cabello quede bien.

Los clientes conocen que se cobra el precio justo por los servicios que se ofrecen, a comparación de otras peluquerías. Asumen que el precio se refleja mucho con el resultado, y la mayoría de los clientes está dispuesto a pagar más si el resultado es favorable.
Las personas también consideran que por la forma en cómo se comunica la empresa con sus clientes, se caracteriza por el respeto y profesionalismo. Los posts que publican tienen un mensaje claro y formal, al momento de responder las inquietudes de chats internos se dirigen con respeto y amabilidad, su lenguaje es formal. Piensan que las promociones tienen frases que motivan al consumidor y el cliente no se siente presionado a realizarse ese servicio.

Los clientes dentro del negocio pueden observar el apoyo que hay entre compañeros, no existe competencia entre ellos por abarcar más clientes y tampoco disgustos entre ellos, más bien el cliente nota que cuando el estilista se encuentra desocupado ayuda a su compañero a completar el servicio, de esa forma el estilista y el cliente termina con el servicio más rápido. La empresa logra en su mayoría transmitir su filosofía corporativa y reflejar sus principales valores que la definen: honestidad, honradez, solidaridad, el respeto y la tolerancia.

La empresa tiene mucho cuidado de invadir la privacidad y el derecho a la imagen de los clientes. J' Luxe Estética Peluquería conoce que el derecho a la propia imagen es un derecho de sus clientes, es por lo que antes de realizar alguna toma fotográfica o realizar algún video, la empresa consulta antes al cliente y se enfoca más la cámara en el trabajo realizado por los estilistas que en el rostro de sus clientes. La empresa no difunde o comercializa la imagen del cliente sin su consentimiento y el cliente percibe eso desde el momento que revisa los trabajos publicados en redes sociales que no se ven los rostros de los clientes.

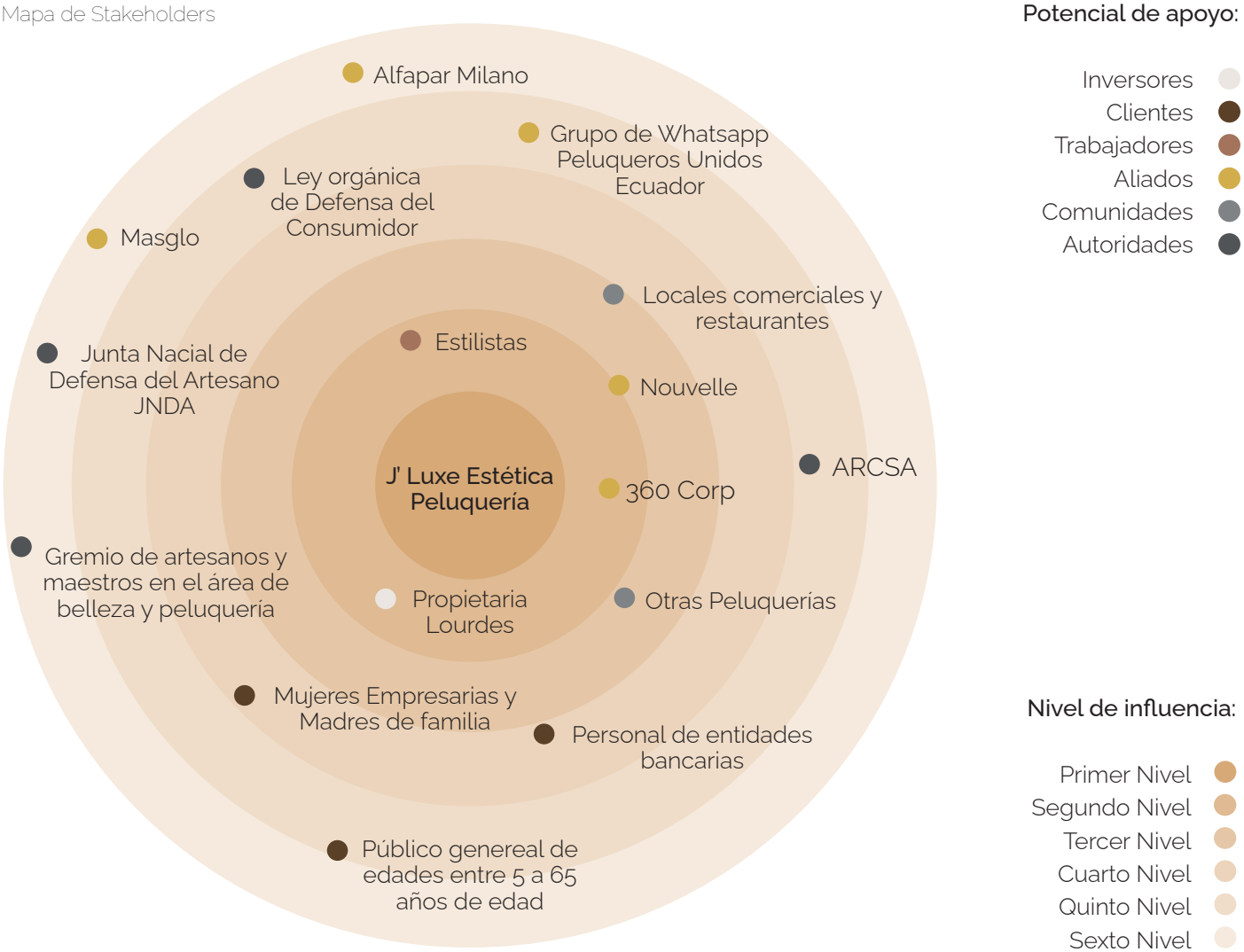
J' Luxe Estética Peluquería compite con alrededor de 20 peluquerías que están ubicadas en el sector, las principales son: Khrisones peluquería, que es una empresa grande y lleva más de 20 años de funcionamiento; Deídi peluquería, un salón de belleza que además de mantener precios similares a la peluquería tiene varias sucursales; Edganar Goyoneche peluquería, que lleva alrededor de 7 años



Nota. Fotografía tomada en la sucursal matriz del Norte de Quito. Tómas de Berlanga y Shyris Quito

en el sector; Stilo Chic, Beauty Zoe y entre otras que ofrecen servicios similares, pero se encuentran en la ciudad de Quito como Estefy Studio, que no está en el sector pero abarca clientes de toda la ciudad de Quito.
Para el entorno económico, se pudo observar que la mayoría de los clientes que asistieron a la peluquería, tienen un ingreso económico estable o muy bueno, ya que no es considerado como un servicio de primera necesidad. Por otra parte, en el entorno socio cultural, la mayoría de los clientes son de la ciudad de Quito, en los clientes en general son conservadores y tienen miedo en realizarse un cambio de imagen extremo, mayormente prefieren cortes de cabello clásicos o tonos no muy llamativos en su cabello, pero si buscan un cambio que haga reflejar su belleza y mantenga en parte la imagen que ya proyectan. Los clientes prefieren un cambio progresivo a un cambio extremo. Para complementar la investigación, fue necesario también identificar a aquellos actores que podrían incidir en el proyecto, así como la forma en que se relacionan entre ellos y con el usuario principal, cuadro que se presenta a

Figura 6:
Mapa de Stakeholders



Nota. Adaptado del formato del Instituto de Investigación de Stanford según lo referido por Freeman y Redd, 1983.

En base al mapa de Stakeholders se pudo identificar el nivel de vinculación y cercanía que tiene la empresa con las personas, así como su nivel de impacto e interacciones entre ellos y como el público estratégico afectan al cumplimiento de los objetivos del proyecto. Se analizó también el perfil de públicos directos e indirectos que se desarrolla a continuación:

Figura 7:
Perfil de usuario

Nombre: Karen Carpio
Edad: 27 años
Estado Civil: Soltera
Ciudad: Quito
Arquetipo: Profesional emprendedora y exitosa

Bibliografía:
Karen nació en la ciudad de Quito, estudió en el Colegio de América, particular, ubicado en el sector del Inca, sus estudios de tercer nivel los realizó en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador siguiendo la carrera de Negocios Internacionales y al momento está trabajando en una empresa muy reconocida en el país.

Personalidad:
Es una persona que refleja amabilidad pero también es segura de sí misma y decidida. Su personalidad es cálida, con actitud, amigable y diplomática.

Metas:
- Vivir tranquilamente, de forma independiente en su propia casa.
- Viajar y conocer muchos países.
- Destacarse en su campo profesional.
- Tiempo para compartir con su familia y amigos.
- Formar una familia y adoptar un perrito.

Frustraciones:
- Tener otra mala relación sentimental
- Miedo a quedarse sola
- No poder viajar
- Vivir en un entorno de competencia y de personas poco confiables
- Miedo a conducir y tener que gastar mucho en transporte

Lo que espera
Tener un estilo de vida estable donde pueda destacarse

¿En que confía?
- Información clara
- Profesionalismo
- Datos verificados
- Hechos
- Trato confiable
- Comunicación directa

Intereses
- Crecimiento personal y profesional
- Encontrar su estilo y su identidad

¿Qué piensa y siente?
- Su trabajo e imagen son primero

¿Qué escucha?
Compañeros de trabajo
Recomendaciones
Personas influyentes
Redes sociales
Sugerencias

¿Que dice y que hace?
Lenguaje formal o técnico
Reservas anticipadas y atención personalizada

¿Que ve?
Imagen profesional
Redes Sociales
Sitios turísticos
Técnicas y tendencias vanguardistas

Tecnologías:
Internet: 80%
Apps: 60%
Redes Sociales: 90%

Nota. Adaptado del formato de una plantilla para documentar un perfil, propuesta por el consultor y autor Jean-Claude Grosjean, 2014.

Figura 8:
Perfil de usuario

Nombre: Jorge Chacon
Edad: 28 años
Estado Civil: Soltero
Ciudad: Quito
Arquetipo: Profesional amistoso

Bibliografía:
Jorge nació en la ciudad de Quito, estudió en varios colegios particulares y municipales, debido a que sus padres se separaron y tenían que cambiarse de domicilio, sus estudios de preparación los realizó en el instituto LENDAN para obtener su título de maestro en taller de belleza pero por su gran interés en seguir aprendiendo y aplicando técnicas vanguardistas, la marca ALFAPARF lo reconoce y lo nombró su embajador. Al momento viaja y estudia con técnicos estilistas de otros países para especializarse en colorimetría y asesoramiento de imagen.

Personalidad:
Es una persona muy amistosa, alegre y confiada, pero también es seguro de sí mismo. Decidido y con poder de convencimiento, sociable y con personalidad es cálida.

Metas:
- Apoyar a su familia de forma económica.
- Obtener su título de asesor de imagen.
- Destacarse en su campo profesional.
- Tener tiempo para compartir con sus amigos.
- Que sus trabajos sean reconocidos a nivel nacional.

Frustraciones:
- Miedo a quedarse solo
- No poder viajar
- Encontrarse con un cliente problemático
- Vivir en un entorno de competencia y poco compañerismo
- Que no valoren su trabajo

Lo que espera
Ser reconocido a nivel nacional por sus trabajos

¿En que confía?
- Profesionalismo
- Trato confiable
- Comunicación directa
- Personas amables
- Resultados

Intereses
- Crecimiento personal y profesional

¿Qué piensa y siente?
- Su trabajo y la felicidad del cliente

¿Qué escucha?
- Personas influyentes
- Recomendaciones
- Redes sociales
- Sugerencias

¿Que dice y que hace?
- Lenguaje informal y poco técnico
- Atención directa y personalizada

¿Que ve?
- Redes Sociales
- Revistas
- Cursos Online
- Técnicas y tendencias vanguardistas
- Imagen profesional

Tecnologías:
Internet: 40%
Apps: 70%
Redes Sociales: 95%

Nota. Adaptado del formato de una plantilla para documentar un perfil, propuesta por el consultor y autor Jean-Claude Grosjean, 2014.

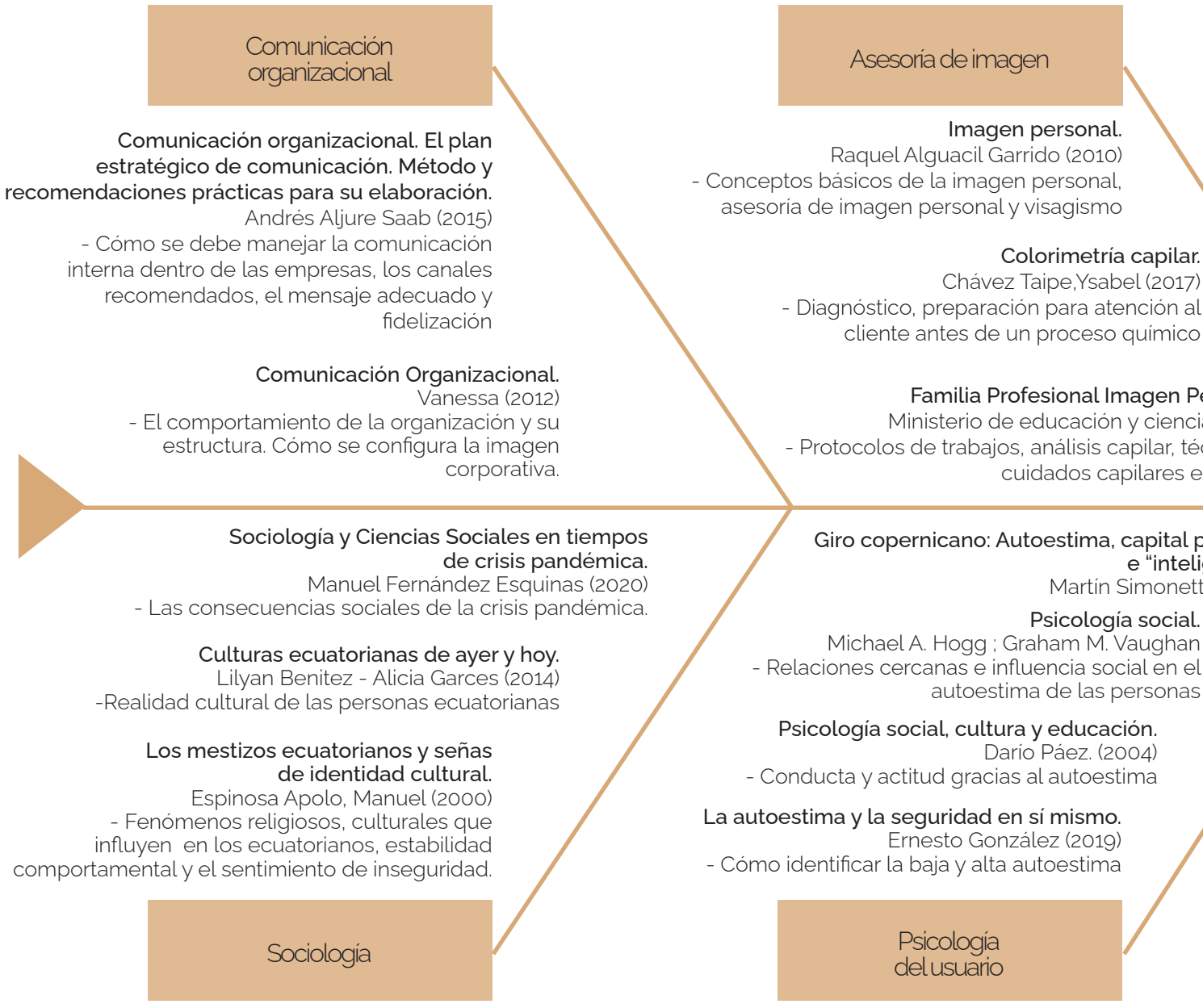
Con el perfil de usuario determinamos las características de los clientes, datos básicos, sus hábitos y sus necesidades. Factores fundamentales para aplicar una encuesta general que nos dio unos últimos datos importantes, el 86,2% de las personas afirmaron que se realizaría un nuevo cambio de look si recibe una asesoría previa, que brinde información sobre tendencias y recomendaciones de su tipo de rostro y cabello, pero además que le brinde una imagen de su posible resultado, mientras que el 12,6% dijo que talvez se realizarían un nuevo cambio de look, lo que permite deducir que la mayoría de las personas se realizarían un cambio de imagen si el asesoramiento previo es el mejor.

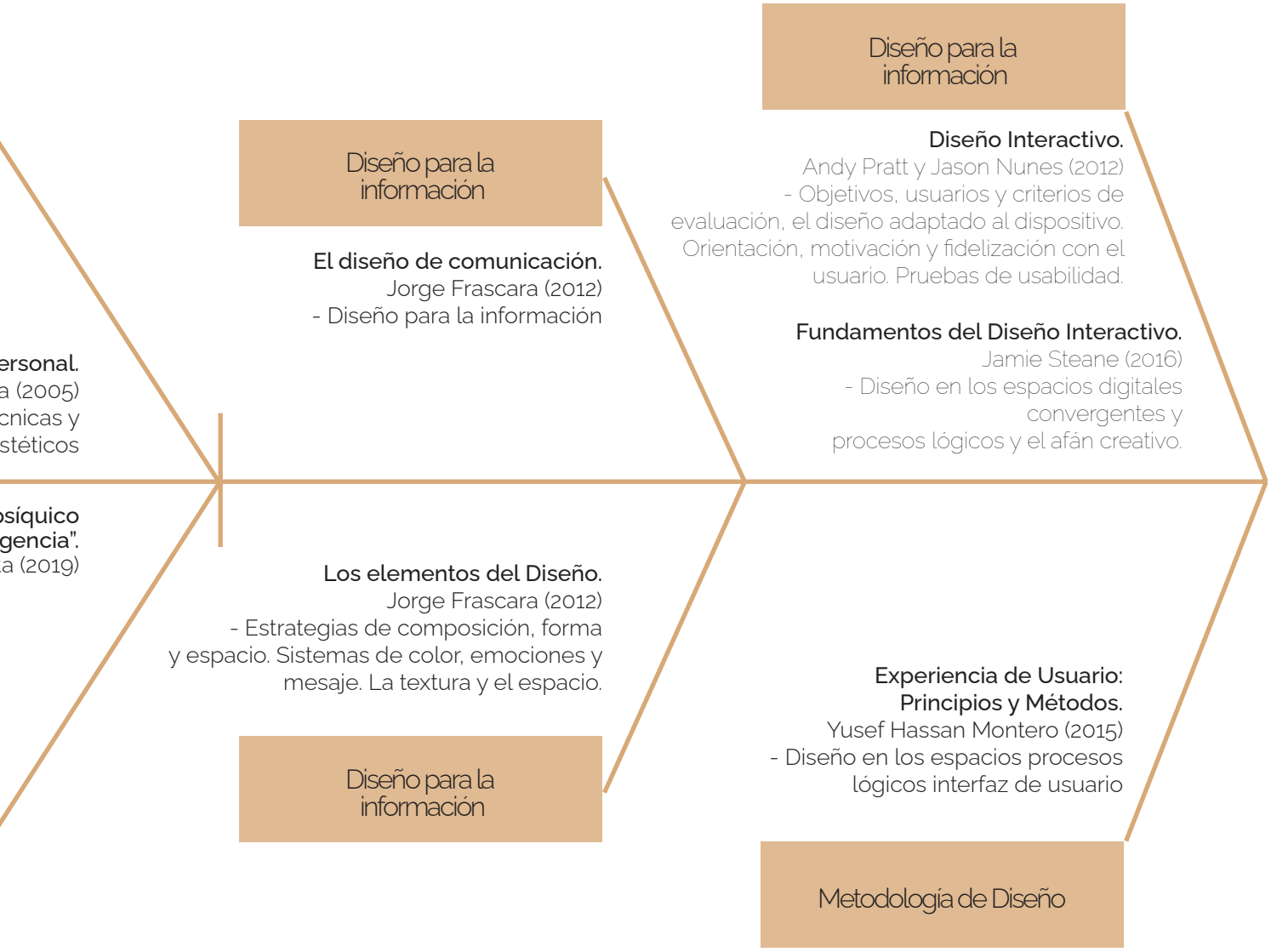
2 Problema gráfico

Para conocer y comprender mejor el proyecto se adentra en ciertos textos que abrirán un poco el panorama de lo que se está investigando y para eso se ha generado una espina de pez con el propósito de indagar en el tema.

Espina de pez

Figura 9:
Espina de pez





Nota. Figura de espina de pez adaptado del formato de diagrama de causa - efecto desarrollado por Ishikawa, 1943.

Fundamentación teórica y metodología

Comunicación Organizacional

Este es el momento para abordar el tema porque necesitamos conocer sobre la comunicación organizacional que maneja la peluquería, y como se puede aplicar en la empresa para un mejor funcionamiento de la propuesta. Independientemente de su dimensión o alcance, podemos encontrar situaciones u objetivos, en este caso la peluquería que pueden tener una relación total o parcial con situaciones y objetivos de comunicación para la resolución del proyecto. (Aljure Saab, 2015).

Por ejemplo: La necesidad de vincular o consolidar una relación de confianza entre el cliente y el estilista. La confianza entre la dueña de la peluquería y el estilista que va a dar el asesoramiento. La necesidad de incrementar un mismo lenguaje en el ambiente de trabajo. Pueden ser situaciones de la organización que están hasta un cien porciento relacionadas con acciones de comunicación, que se tomarán en cuenta para crear estrategias de comunicación que las involucran y se las tenga presente.

Aljure Saab (2015) afirma que "La organización es un ente social creado intencionalmente para lograr objetivos a través del uso del talento humano y de recursos tangibles e intangibles como información, equipos, materiales y dinero." (p.41). Esto nos ayudará a entender los objetivos que tiene la organización, para optimizar los procesos, incrementar los niveles de innovación, contribuir a la identificación del problema y mejorar el servicio con el cliente.

También podemos generar conocimiento y conciencia sobre los nuevos beneficios gráficos con los que contarán los estilistas de la peluquería para demostrar este apoyo comunicacional al cliente.

Ayudar a la mejora de su desempeño a través de las habilidades que tiene el estilista e innovación en la comunicación. Para el nivel de cumplimiento de objetivos según Aljure Saab (2015) "es cierto que muchas veces los objetivos no se cumplen apropiadamente por causas asociadas a falta de conocimiento y entendimiento". (p.17) La solución es propia de la gestión de comunicación. Por ello es muy importante conocer cómo funciona la estructura organizacional de la peluquería, los niveles de jerarquía, los objetivos que quieren lograr el establecimiento, para solucionar el problema. Y sobre todo la comunicación interna que maneja la institución, para con esta aplicarla en la propuesta de diseño.

Las organizaciones que parecen sencillas como en el caso de la peluquería, finalmente presentan formas más complejas de organización o disposición del trabajo asignado. Sin embargo, esta clase de organizaciones aseguran el control y coordinación de todas las actividades. (Guzmán Paz, 2012) De esta manera, en lugar de tener autoridad jerárquica que también puede caer en sobrecarga al encargado de la peluquería, se darán nuevas alternativas de manejo del proyecto gracias a un análisis profundo y una guía organizativa. Se podrá alcanzar la eficiencia y confiabilidad entre todo el personal para el beneficio del cliente.

Una vez revisada la información es importante vincularla con la parte sociológica para entender mejor al público que maneja la empresa.

Sociología

Las consecuencias sociales de la crisis pandémica también fueron un detonante. Fernández (2020) afirma que "Hasta qué punto una sociedad puede aceptar el riesgo que generarán los impactos sociales del confinamiento y la paralización de la actividad económica más allá de los efectos en la salud." (p.5) "En lo referido a la estructura social es evidente que los impactos se distribuyen desigualmente en la población. Los más inmediatos se aprecian en pocas semanas en los colectivos más vulnerables: inmigrantes irregulares, personas sin hogar, trabajadores precarios y personas que se encuentran en el límite de la subsistencia." (p.7)

Entendemos que la economía para Ecuador se ve muy afectada y el miedo por el contagio va aumentando, el público que abarca la peluquería tiene sus limitantes en mente antes de acercarse a realizarse un servicio, el cliente piensa en el posible contagio, si es necesario invertir en un cambio de look o en alimentación y si es realmente necesario realizarse este cambio de look en esta época. El cliente pone por el momento prioridad a su salud que, a su belleza, y por motivos de COVID-19 ya que sus medios de comunicación son virtuales y las personas no se regalan como antes.

La propuesta gráfica que se plantee deberá dar un valor agregado que motive a tomar la decisión de cambiar su look a pesar de tener esas limitantes y que entienda su realidad. La Constitución del 2008 define al Ecuador como un Estado unitario, intercultural y plurinacional, dando cuenta de la diversidad cultural del país, que se expresa, de manera general, en el Censo de 2010, donde se solicitó que la población defina su pertenencia étnica, la mayoría de la población ecuatoriana se identificó como mestiza, por lo cual se debe considerar ese dato como importante ya que aportará elementos para una mayor comprensión de la cultura ecuatoriana. Pero esto no significa que este grupo sea homogéneo en los aspectos económicos, sociales y culturales, de hecho, es mucho más frecuente la confrontación entre procesos de homogeneización y la necesidad de que se reconozcan las diferencias. (Benítez & Garcés, 2014)

Como empresa la peluquería debe buscar estas diferencias que quiere resaltar el cliente no por el hecho de ser un ente superior, sino que explote su identidad y lo que quiere reflejar, es eso en realidad lo que le hace único y diferente.

(Benítez & Garcés, 2014) afirman que "Se requiere de una metodología que permita identificar y abordar los conflictos, que promueva el reconocimiento del otro valorando su aporte; se requiere de respeto". Y cómo afecta esto a los clientes, en su autoestima y a su falta de identidad. Lo vinculamos en la parte psicológica del usuario.

Figura 10:
J' Luxe Estética Peluquería



Nota. Fotografía tomada en la sucursal matriz del Norte de Quito. Tómas de Berlanga y Shyris Quito

Psicología del usuario

En los aspectos emocionales de las personas y su ventaja sentimental (Simonetta, 2020) nos afirma que "La autoestima se vincula al capital psíquico de las personas y la forma en que potencian el uso del "stock neurológico", lo que habitualmente llamamos inteligencia '' (p.1). Lo que de forma extraordinaria nos ayuda a entender cómo las personas al sentirse bien consigo mismo, puede ayudar a potenciar los logros que tienen como personas y a cumplir las metas que se plantearon. Simonetta, (2019) intuyó que "los aspectos emocionales posibilitan que el cerebro humano sea utilizado de forma óptima, al máximo, en su mayor potencial". (p.4).
Al hacer una reflexión como metáfora, las fábricas que hacen papel podrían producir 300 resmas en un día, pero solo produce 100 ya que hay un déficit en su forma de actuar. Un mal estado emocional hace que las personas no exploten al máximo su potencial.

La autoestima en otras palabras el valor, actitud y emociones que siente una persona sobre sí misma. Fernández & Ubillos (2004) afirma que, "Las personas con mayor autoestima resisten mejor ante hechos estresantes, muestran mayor conducta adaptativa (mayor esfuerzo y perseverancia en las tareas) e informan de una mejor salud mental: mayor bienestar (mayor satisfacción vital, mayor afectividad positiva y menor negativa), menor ansiedad, depresión y timidez." ¿Pero cómo se obtiene la autoestima? se puede alimentar de la influencia de otras personas. Según (I. Fernández & Ubillos, 2004). Las personas que pertenecen a grupos de estatus bajo no siempre presentan autoestima bajo, más bien esta pertenencia y autoestima se asocia a lo que cree la persona de ellos. La persona se alimenta de lo que cree que piensan de él o lo que cree que él proyecta y no a lo que en realidad ellos ven de la persona. Pero ¿Cómo estas relaciones influyen en las personas?

Relaciones cercanas e influencia social en la autoestima de las personas

"Un intento por comprender y explicar el modo en que los pensamientos, los sentimientos y los comportamientos de los individuos son influenciados por la presencia real, imaginada o implícita de los demás" (G. AUport, 1954, p. 5)

La sociedad en general trata de modificar los pensamientos, los sentimientos y el comportamiento de los individuos, ya sean por las cosas que ven en medios digitales, por lo que escuchan, por conveniencia de otros o incluso por obligación. Y las personas pueden estar conscientes de esta influencia, pero su diferencia se basa en cómo codifican esa información. Se identifican 6 bases de poderes sociales que influyen en las personas, son las siguientes: poder de recompensa, poder coercitivo, poder informativo, poder del experto, poder legítimo y poder de referencia según (Hogg & Vaughan, 2010)

Gracias al análisis podemos darnos cuenta cómo las personas pueden ser influenciadas en todo lugar y en cualquier circunstancia para tomar decisiones incluso a ciegas si la persona que lo dice tiene algún grado de poder sobre ella.

También se identificó que las personas son más propensas a ser influenciadas por los grupos de referencia que ellos siguen o lo tienen como ideal, ya que son psicológicamente importantes para su vida, estas personas aportan para su apariencia, actitud y comportamiento. Espinosa Apolo (2000) indica que, si la persona toma la decisión de cambiar su imagen lo hará para validar su identidad social, encajar en un grupo social o para evitar la desaprobación, en general buscará sentirse cómoda en el medio que la rodea y a gusto de ser como es.

Asesoría de Imagen

Según Alguacil Garrido (2008) la asesoría de imagen consiste en explotar la percepción individual que tiene la persona, adecuándolo al entorno al que la persona está rodeada, a través de la aplicación de diferentes técnicas de embellecimiento como la peluquería. También hay que tomar en cuenta que la asesoría de imagen no se ocupa sólo de la belleza superficial que son importantes, las vincula con las actitudes personales que tiene la persona, gracias al entendimiento interno del cliente, y que aporte seguridad en ellos mismo y estén satisfechos con el aspecto físico final.

Existen apenas dos a cuatro minutos para obtener la primera impresión de una persona, ese flash perdura en la memoria de las personas, que empieza por ver el cabello para después ir con su sonrisa y finalmente su piel. En unos momentos de interacción pasará el interés por la mirada y el tono de voz. Esta impresión puede ser positiva como negativa. Y es por ello por lo que la asesoría debe abarcar todos estos aspectos. (Alguacil Garrido, 2008)

Para asesorar a una persona se debe analizar los gustos del cliente, sus preferencias, prioridades, disgustos o necesidades. Cualquier dato es muy útil para determinar su personalidad. Gracias a la indagación y observación el asesor puede elaborar conclusiones que ayuden con el bienestar del asesorado. Hay que tomar en cuenta que el propósito no es solo embellecer al cliente, sino exaltar lo positivo y corregir lo que le molesta, siempre resaltando su personalidad. El asesor debe guiar al cliente sobre las conductas que puede adoptar, para que pueda aplicarlos a lo largo del tiempo. (Alguacil Garrido, 2008). Como proyecto de peluquería se tomará en cuenta esta información para adecuar la imagen externa que tiene el cliente con la imagen que desea reflejar.

El libro de Familia Profesional e Imagen Personal nos informa que:
Uno de los principales aspectos para realizar un análisis capilar es comunicarse con el cliente, para así obtener información sobre sus necesidades y expectativas. Después se procede a un protocolo básico esencial. Primero, el cliente debe ser recibido, procurando las buenas normas de atención al cliente. Segundo, el cliente deberá ser acomodado en el puesto de trabajo, donde el estilista deberá identificar las necesidades, para el examen posterior del cabello. Tercero, deben ya estar identificadas las necesidades, para determinar los productos y/o servicios que pueden satisfacer sus inquietudes y deseos. Cuarto, durante todo este proceso la comunicación debe ser clara con respeto e introduciendo, esta información a una ficha. (2010, pág. 13)

El libro además recomienda que:
Una vez realizado el servicio y de observar cómo reaccionó el cabello. El estilista deberá informar y asesorar sobre los productos de venta para el postcuidado, con una verificación cuidadosa se selecciona el producto o cosmético que pueda satisfacer sus necesidades, que puedan dar respuesta a su demanda, como por ejemplo los componentes que tiene el producto, tiempos en aplicación, diferencias con el producto de competencia y modos de uso. Si es necesario el estilista deberá realizar una demostración de la aplicación o dar una pequeña muestra para que pruebe el producto. Se debe destacar estas cualidades del producto y por qué lo hace novedoso. El cliente debe ser informado sobre las características de color, textura y forma del cabello para que apoyados en esa información el cliente escoja el producto que mejor lo beneficie y pueda mantener su aspecto personal impecable por mucho tiempo. (2010, pg15)

Diseño para la información

Según Frascara, el diseño de información se divide en dos aspectos: la organización de la información y la planificación de su presencia visual. Es donde los diseñadores requieren habilidad para poder presentar la información de forma verbal y no verbal (2012). La información debe ser bien estructurada, donde se aprecie la legibilidad y leibilidad de símbolos, letras, palabras, frases, textos y de imágenes para tomar en cuenta los factores humanos perceptuales y cognitivos; para crear soluciones visuales simples, ricas de información y de fácil comprensión.

Por lo general el contenido que se exponga en la propuesta de diseño deberá cumplir con estos factores humanos perceptuales y cognitivos que busca el cliente antes de tomar la decisión de cambiar su look, el diseño de información debe ayudar a seguir un recorrido ameno y entendible, donde el usuario no tenga problemas de interpretar el mensaje, por lo cual la propuesta gráfica debe generar una reacción positiva y esperada por el cliente que cumpla con el objetivo principal, tomar la mejor decisión. (Frascara, 2012)

Elementos de diseño

"Las percepciones básicas suponen para el diseñador un medio de comunicación poderoso" (Samara, 2009, p.70). Es por lo que se deben aplicar estos conocimientos definiendo desde un principio la forma que desean tener y para obtener patrones guías diferenciadores. Samarra recomienda visualizar la forma y el espacio donde se va a trabajar para que no haya problemas de diagramación del contenido y de cómo ocupar el espacio. También, tener en cuenta siempre las estrategias de composición en base a un significado o al concepto desarrollado, para que se lo pueda identificar en toda la propuesta. Es importante aplicar una identidad cromática que aprecie la interacción con el espacio, provoque emociones y mensajes con el apoyo del texto. El funcionamiento del texto y el espacio también deberán tener armonía con la influencia del color y finalmente se deberá crear una base para el significado de cada espacio interactivo integrando imágenes o ilustraciones siguiendo una lógica visual. (2009)

Experiencia de Usuario

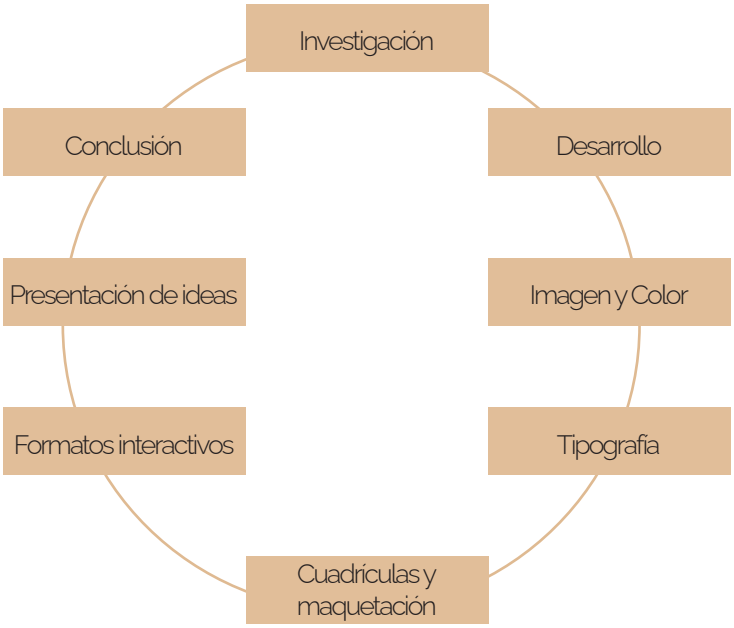
El diseñador puede influir en la conducta del cliente, gracias a su capacidad para proyectar contenido visual persuasivo. Según Steane (2017) la investigación de nuestro usuario, el mercado y la perspectiva que tienen son el primer paso para el desarrollo del proyecto (p.8). Gracias a esa investigación se puede definir un concepto que genere una experiencia diferente al usuario, un sistema que no lo pueda encontrar en otro lugar, sistemas de navegación innovadores o acordes al producto que espera el cliente. Creando interfaces de fácil usabilidad, color en los detalles técnicos, codificación de imágenes e ilustraciones, legibilidad y fluidez para terminar con la maquetación y tamaño en los diferentes dispositivos móviles. Finalmente tomando en cuenta esta investigación se procede al análisis de la metodología de diseño que se adapte mejor a nuestro proyecto.

Metodología de diseño

La metodología considerada es la que plantea Steane (2017) en su libro de Fundamentos del Diseño del Diseño Interactivo, según el autor el proceso se realiza en ocho pasos. Empezando por la Introducción del proyecto que se va a realizar y como ayudará al usuario; primer paso, la investigación para la interacción que tendrá el usuario; segundo, el desarrollo del diseño; tercero, la imagen y color que se presentará en el proyecto; cuarto, la tipografía; quinto, cuadriculas y maquetación para pulir el prototipo; sexto, Formatos interactivos que tendrá el sistema; séptimo, presentación de las ideas y finalmente octavo, la conclusión. (p.5)

Metodología de diseño

Figura 11:
Metodología de Jamie Steane



Nota. Representación de la metodología de diseño que propone Steane, 2017.

a. Descripción y análisis de las piezas gráficas existentes del caso y tipologías

a.1 Descripción piezas del caso

Se realizó una investigación tipológica para determinar que están realizando las empresas que se manejan al igual que J' Luxe Estética Peluquería en el área de belleza, con el propósito de obtener referencias y así poder analizarlo, para identificar su narrativa, estilográfico, cromática, tipografía, mecánica y al público al que va dirigido.

a.2 Descripción tipologías

-App Style My Hair de L'Oreal Paris

Tabla 1:
Análisis Tipológico de App Style My Hair - L'Oreal Paris

<table>
<tr><th>Datos</th><th colspan="2">Lenguaje</th><th>Diseño Gráfico</th></tr>
<tr><th>Aspectos Generales</th><th>Narrativa</th><th>Personajes</th><th>Estilo Gráfico</th></tr>
<tr><td>L'Oreal Professionnel saca al mercado a Style My Hair App para brindar a sus clientes una herramienta donde sus clientes puedan probar su color de cabello favorito, gracias a un simulador. El cliente puede probar en tiempo real los nuevos estilos y colores con la aplicación. Pueden usar filtros y crear su propio panel de tendencias y noticias.</td><td>Es especialmente para ti, su narrativa se basa en la exclusividad.

Ahora puedes probar tu look sin necesidad de experimentar.

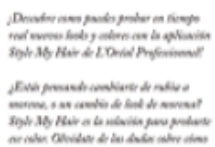
Excepcionalidad para los clientes de L'Oreal Professionnel, amabilidad y reflejo de tu belleza.

Privilegio de pertenecer a peluquería exclusivas.</td><td rowspan="4">Clientes de las peluquerías

Estilistas o asesores de imagen</td><td>Fotografía

• Composición donde se observe el salón de belleza y el gusto del cliente de usar nuevas tecnologías

</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Cromática</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Es cálida y colorida, para crear un ambiente acogedor, de familiaridad y confianza. Además, el uso de varios colores ayuda al concepto de probar los diferentes estilos de cabello.

</td></tr>
<tr><td>Público</td><td>Mecánica</td><td>Tipografía</td></tr>
<tr><td>Mujeres de edades entre 18 a 35 años</td><td>El cliente debe descargarse la aplicación Style My Hair App y después usar la cámara de su teléfono inteligente para poder probar el filtro. También tiene la opción de probar filtros desde su computadora si esta tiene cámara. Además, pueden tomarse una foto y publicarla para crear un panel de tendencias.</td><td>

Son muy elegantes, sobre todo aquellas que tienen más contraste de trazos. También son muy usadas por las reinas en el mundo de la moda y la belleza.</td></tr>
</table>

Nota. La tabla muestra cómo la tipología fue desarrollada y su estructura a detalle.

– María Baras – Tú también puedes tener pelazo

Tabla 2:
Análisis Tipológico María Baras - Tú también puedes tener pelazo

<table>
<tr><th>Datos</th><th colspan="2">Lenguaje</th><th>Diseño Gráfico</th></tr>
<tr><th>Aspectos Generales</th><th>Narrativa</th><th>Personajes</th><th>Estilo Gráfico</th></tr>
<tr><td>Tú también puedes tener pelazo, es un libro que descubre los secretos para conseguir el pelo perfecto a través de la alimentación, el cepillado, el lavado, el corte, el color, las canas, la influencia de las hormonas o los estilismos que mejor pueden encajar en las personas.</td><td>Su narrativa se enfoca en el sobresalir y el cuidado del cabello.

También se basa en el carisma reflejado, la sabiduría y manos de experiencia.</td><td rowspan="4">Estilistas o asesores de imagen

Estudiantes

Personas que buscan apoyo sobre su imagen</td><td>Ilustración
• Composición donde se observa el cabello abundante de una chica en ilustración

</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Cromática</td></tr>
<tr><td></td><td>Mecánica</td><td>Es cálida, colorida, con tonos turquesa. Es un color transparente y brillante, representando la verdad definitiva que brinda armonía que las personas necesitan en la vida.

</td></tr>
<tr><td>Público</td><td>Las personas deben solamente realizar la compra del libro en cualquier librería o la pueden pedir en línea.

Después las personas podrán disfrutar del contenido del libro.</td><td>Tipografía</td></tr>
<tr><td>Mujeres de edades entre 17 a 60 años</td><td></td><td></td><td>

Script: Son elegantes y, por tanto, eso es lo que transmiten: elegancia, lujo y calidad. Da la sensación de ser muy elaborados, con mucha historia y tradición.</td></tr>
</table>

Nota. La tabla muestra cómo la tipología fue desarrollada y su estructura a detalle.

– Hair Code

Tabla 3:
Análisis Tipológico de Hair Code

<table>
<tr><th>Datos</th><th colspan="2">Lenguaje</th><th>Diseño Gráfico</th></tr>
<tr><th>Aspectos Generales</th><th>Narrativa</th><th>Personajes</th><th>Estilo Gráfico</th></tr>
<tr><td rowspan="3">HairCode es la prueba que te permitirá entender qué tipo de pelo tienes y qué productos debes utilizar para tenerlo siempre espectacular. Se lo puede encontrar en su página Web con tan solo poner HairCode y también se puede encontrar en redes sociales.</td><td rowspan="2">Su narrativa se enfoca en romper los mitos detrás de los componentes de la cabellera y acercar a los productos que realmente sirven en los anaqueles.

Habla sobre lo complejo del lenguaje de mercadeo, ha complicado algo tan simple como lo era el shampoo y busca ayudar a los consumidores con algo más simple y descripción correcta.</td><td rowspan="4">Personas que buscan apoyo sobre su cuidado capilar

Estilistas o asesores de imagen

Clientes de las peluquerías</td><td>Ilustración
• Composición donde se observa el tipo de cabello y el rostro de las ilustraciones


Liso y Directo al Punto</td></tr>
<tr><th>Cromática</th></tr>
<tr><td>Es colorida, donde predominan los naranjas, rosas, verdes y azules. Llama la atención del usuario, da un efecto de calidez, alegría y vida. Es una buena opción para un enfoque social y de gran actividad, hacen que el ambiente sea acogedor.

</td></tr>
<tr><th>Público</th><th>Mecánica</th><th>Tipografía</th></tr>
<tr><td>Personas de edades entre 17 a 50 años</td><td>Primero tendrán que responder preguntas relacionadas a su tipo de pelo y su diario vivir como, por ejemplo: si es liso, ondulado o crespo, cuáles son sus hábitos en la ducha y los tratamientos o productos que usa. El test te da la respuesta que necesitan.</td><td>Luce tus ondas bajo los rayos del sol, ellos te ayudarán a que luzcan resplandecientes.

Tipografía Palo Seco: pueden parecer unas letras duras, pero eso es lo que las hace únicas.
Son ideales para proyectos con mucha personalidad pero que quieren tener un toque actual y seguir viéndose serios.</td></tr>
</table>

Nota. La tabla muestra cómo la tipología fue desarrollada y su estructura a detalle.

a.3 Piezas gráficas existentes

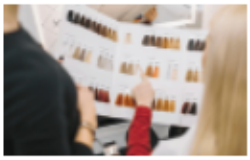
– Carta de colores

Tabla 4:
Análisis Tipológico de la Carta de colores

<table>
<tr><th>Datos</th><th colspan="2">Lenguaje</th><th>Diseño Gráfico</th></tr>
<tr><td>Aspectos Generales</td><td>Narrativa</td><td>Personajes</td><td>Estilo Gráfico</td></tr>
<tr><td>Una carta de color es un muestrario que los fabricantes de tintes y las marcas con la que trabaja la peluquería lo proporcionan, con la finalidad de conocer las tonalidades que ellos ofrecen. En todos los fabricantes existen similitudes en sus cartas de color y estas ayudan al estilista a explicar las posibles tonalidades y los contrastes en color que le pueden quedar al cliente.</td><td>Su narrativa se enfoca en la posibilidad de tener un tinte o el color deseado en la cabellera por parte de los clientes.

El conocimiento de la carta de colores permite no sólo conocer cuáles son las combinaciones necesarias para obtener un determinado color, sino también entender las características de estos al combinarse y tener un mejor conocimiento sobre cuáles son los colores complementarios de acuerdo con la teoría del color.</td><td rowspan="3">Coloristas, Estilistas o asesores de imagen</td><td>Fotografía
• • En la composición se observa el tono del cabello, su brillo y la estructura capilar.

</td></tr>
<tr><td></td><td>Mecánica</td><td>Cromática</td></tr>
<tr><td>Público</td><td rowspan="2">El cliente llega a la peluquería es atendido en la caja y se le direcciona donde el estilista, el estilista escucha los requerimientos del cliente y procede a explicar su posible solución con la carta de color. Se le indica su coloración actual y su posible resultado con otro tono de tinte que se encuentra en la carta.</td><td>Es cálida y colorida, para crear un ambiente de confianza. Además, el uso de varios colores ayuda al concepto de probar los diferentes estilos.

</td></tr>
<tr><td>Personas de edades entre 17 a 60 años de edad</td><td>Tipografía</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>

Tipografía Palo Seco, Son ideales para la visualización en tamaño pequeño, proyectos con mucha personalidad, un toque vanguardista y seguir viéndose serios o profesionales.</td></tr>
</table>

Nota. La tabla muestra cómo la tipología fue desarrollada y su estructura a detalle.

a.4 Conclusiones

Lastimosamente en el Análisis de los productos existentes para asesorar el cliente no existe nada más que la carta de colores y las fotos referenciales publicadas en las redes sociales de los trabajos realizados anteriormente por parte de la peluquería, son las únicas piezas de apoyo gráfico para asesorar al cliente, el resto lo hace el estilista de forma presencial y mostrando sus conocimientos.

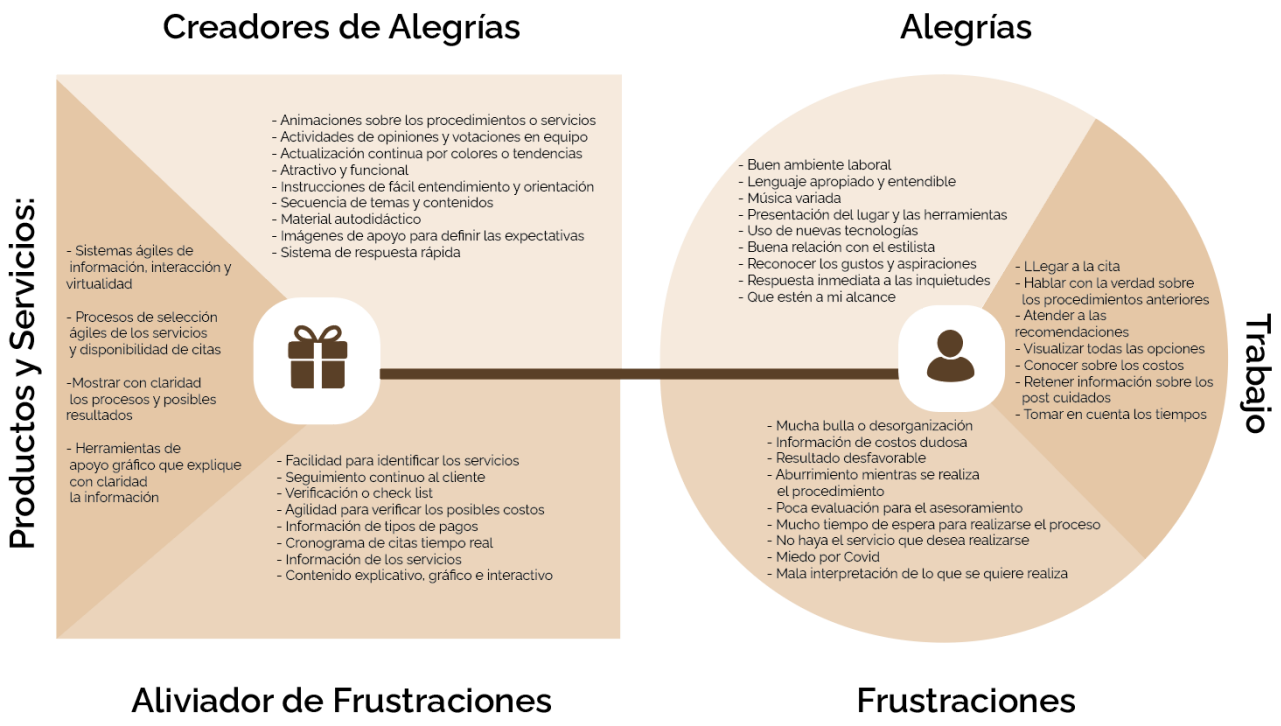
b. Descripción del problema gráfico

Una vez obtenido conclusiones gracias al análisis de las tipologías se estudió al cliente y la situación del problema gráfico para seguir con el desarrollo de la propuesta, el cual fue representado en los siguientes diagramas:

Propuesta de valor

Es una herramienta que nos permite trabajar en la identificación de las necesidades del usuario y los requirentes, las oportunidades identificadas en la investigación preliminar y la definición de la mejor posibilidad de producto, comprender los aspectos negativos y positivos que se presentan en el proyecto. A continuación, se indican los detalles.

Figura 12:
Lienzo de la propuesta de valor



Nota. Adaptado de Lienzo de propuesta de valor de Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, Greg Bernarda y Patricia Papadakos, 2014, strategyzer.com/vpd.

Figura 13:
Nivel de importancia



Nota. Se muestra los niveles de importancia de mayor a menor

Se observa que las soluciones se centran en el acceso a la información, además de factores que el usuario puede identificar el servicio que le gustaría realizarse. Después, se realizó el lienzo de modelo de negocio:

Lienzo de modelo de negocios

Es una herramienta que nos ayuda en el proceso de analizar las necesidades y requerimientos de los públicos, las asociaciones claves, relación con el cliente, segmento del mercado y los posibles canales de difusión. A continuación, se presenta el cuadro de lienzo de modelo de negocios.

Figura 14:
Lienzo de modelo de negocios (Bussines Model Canvas)

Lienzo del modelo de negocio

Asociaciones Clave

- Personal de la institución
- Trabajadores de la peluquería
- Clientes de la peluquería
- Junta Nacional de Defensa del Artesano

Actividades clave

- Reunión con los especialistas
- Recolección de información
- Definición de contenidos
- Estructura de la información
- Definición de los estilos y asesoramiento
- Desarrollo de la propuesta
- Digitalización de propuesta
- Comprobación

Recursos clave

- Especialistas en Estilismo y asesores de imagen
- Especialistas en interactividad digital
- Equipos especializados en desarrollo de tecnología digital
- Ilustraciones digitales
- Simuladores de proyectos virtuales
- Cámaras de video
- Celulares
- Computadoras

Propuesta de valor

Después de analizar el cuadro de alegrías, frustraciones y tareas, se planea elaborar un material gráfico digital, que ayude al cliente a tomar la mejor decisión para su imagen al momento de acercarse a la peluquería.

El producto deberá ser de fácil entendimiento, con guías ilustradas, textos cortos y con un lenguaje claro, además deberá ser dinámico e interactivo que lleven al cliente a tomar la mejor decisión.

El valor agregado será que el cliente logrará identificarse de una manera personalizada y única que se preocupa por su imagen, que quiere ayudar con su autoestima y renovar su estilo para mejorar su imagen.

Relaciones con clientes

El cliente se sentirá guiado y apoyado como si fuera un familiar o amigo cercano, que apoyan su decisión. Donde le puede contar sus secretos, sus gustos y cosas que odia. Es un amigo que motiva al cliente y alimenta su ego y autoestima para que al salir del salón su belleza sea reflejada con su persona interior.

Canales

- Peluquerías
- Centros educativos de Belleza, cosmetologia y asesoramiento de imagen
- Internet
- Facebook
- Instagram
- Whatsapp

Segmento de mercado

Personas que están involucradas en el área de peluquería, propietarios, estilistas y sus clientes
Características:
Edad: 18 - 50 años
Sexos: Todos
Estrato social: Medio, medio Alto

Alegrías:
Salir con una imagen renovada y acorde a la imagen que quieren proyectar.

Frustraciones:
No obtener el resultado esperado o cumplir con las expectativas de la imagen que querían proyectar.

Estructura de costes

- Recopilar información
- Jerarquizar servicios
- Bocetos
- Machote y diagramación
- Concepto, estilográfico y cromática
- Aplicación de conceptos
- Formulación de Mensajes
- Digitalización
- Borrador de Adobe XD
- Mantenimiento y actualización de la app
- Gastos de app
- Publicidad

Fuentes de ingreso

- J' Luxe Estética Peluquería

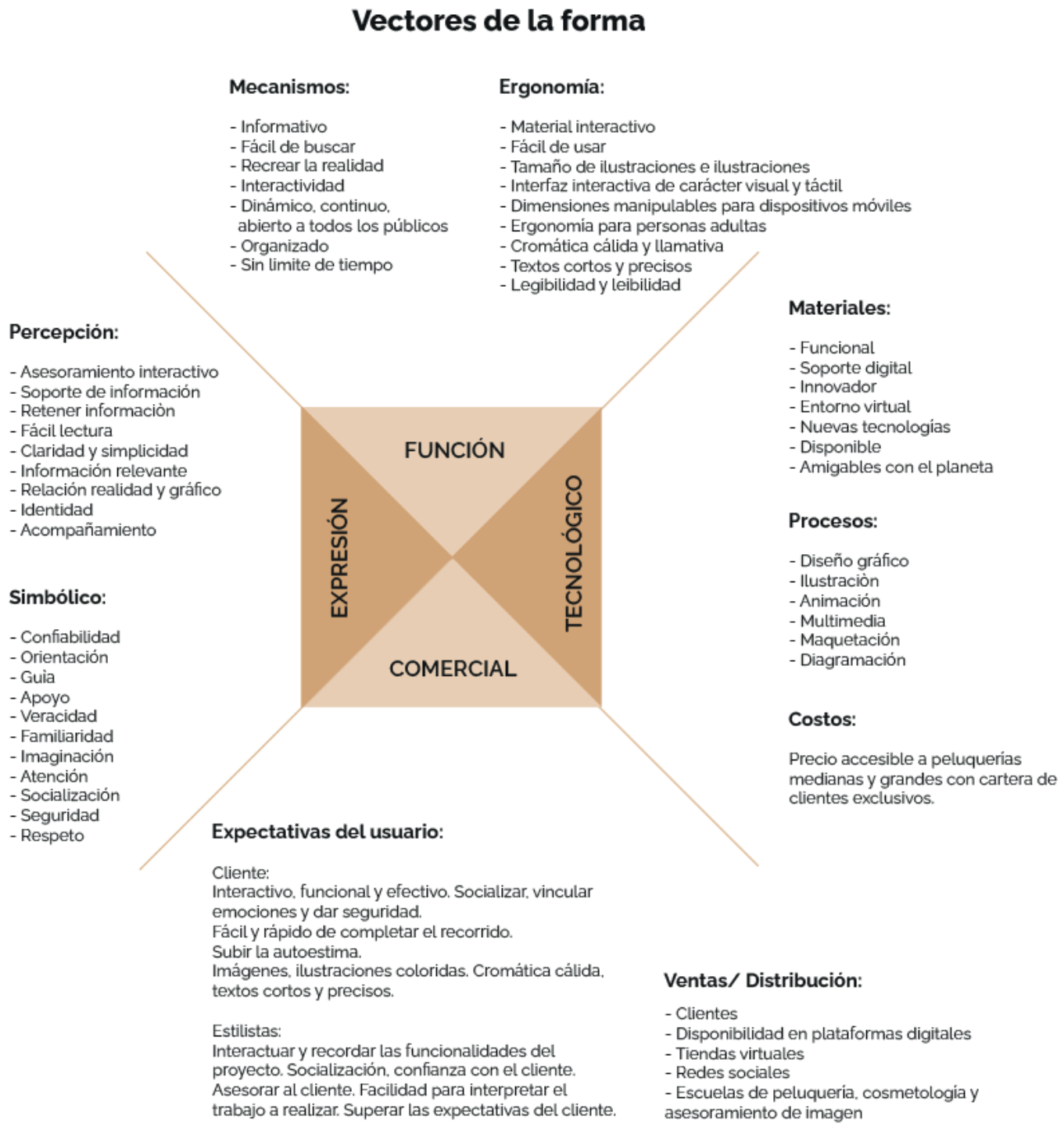
Nota. Adaptado de Lienzo de propuesta de valor de Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, Greg Bernarda y Patricia Papadakos, 2014, strategyzer.com/vpd.

Una vez realizado el lienzo de modelo de negocio se procedió a la creación de vectores de la forma, los cuales ejercen la labor de inspeccionar las particularidades del proyecto.

Vectores de la forma

Es una herramienta que se ensambla con las dos herramientas anteriores, sin embargo, es una herramienta que nos permite identificar los aspectos que se deben trabajar en la propuesta gráfica. A continuación, se presenta el cuadro de vectores de la forma.

Figura 15:
Vectores de la forma



Nota. Adaptado de Vectores de la forma de Luis Rodriguez Morales,2014, Diseño- estrategia y táctica.

El producto que se pretende elaborar es un sistema de interacción para que los clientes de las peluquerías puedan identificar la imagen que les gustaría proyectar y el servicio de peluquería que les gustaría realizarse sin tener miedo a equivocaciones o arrepentimientos. Y para los estilistas que ellos puedan entender lo que quiere el cliente gracias a la propuesta gráfica final. El segundo punto es que el usuario logre entender la anatomía de su cuerpo; por ejemplo, su tipo de rostro, su tono de piel, su forma del rostro etc. El cual ayudará a que el cliente se identifique y pueda tomar la mejor decisión para su cambio de look. Finalmente se llegará a evaluar las respuestas proporcionadas en base a un test que brinde información de los pro y contras que tendría si se realiza ese cambio de look. Después de eso, el cliente estará seguro de lo que se quiere realizar.

Como un extra la app tendrá una sección que brinde información sobre las tendencias de estilo que estén al momento, los últimos tratamientos capilares y productos post venta según los diferentes servicios que la persona puede realizarse en la peluquería. Es un producto innovador y único ya que, a esta área económica artesanal, no es tomada en cuenta para el uso de tecnologías, productos gráficos y mucho menos interactivos.

Figura 16:
J' Luxe Estética Peluquería



Nota. Fotografía tomada en la sucursal matriz del Norte de Quito. Tómas de Berlanga y Shyris Quito

Objetivos del proyecto gráfico

Objetivo General

Desarrollar una aplicación móvil que facilite la comunicación con clientes de la peluquería, y la toma de decisiones acertadas para su cambio de look.

Objetivos Específicos

1. Mostrar los beneficios que puede adquirir el cliente de la peluquería al tomar la decisión de cambio de look a través de los recursos gráficos expuestos y reforzando la satisfacción del nuevo estilo escogido.

2. Fomentar el interés por el cambio de imagen mediante la interacción y la experiencia con la aplicación móvil, que además permita el entendimiento del recorrido dentro de la aplicación y se evidencie el dinamismo con la información brindada.

3. Generar confianza en la elección del servicio de peluquería a través de la información respaldada por los expertos y el uso del mensaje gráfico, permitiendo la credibilidad del asesoramiento.

3 Solución gráfica

a. Generación de la Idea (Concepto)

Validación de las propuestas de conceptos

Una vez establecidos los objetivos, se procedió a la definición del concepto de diseño, para el cual se hizo uso de herramientas de ideación y de conceptualización como: Metaforizando la realidad, lluvia de ideas y relacionando palabras aleatorias. A partir de las palabras clave obtenidas, se formaron una serie de frases detonantes, y de estas se seleccionaron tres como posibles bases para el concepto de diseño:

El cambio es como las estaciones:

Los cambios son buenos y hay que disfrutarlos, el material gráfico que se quiere representar es la belleza que puede resaltar el cliente con cada estilo. Las estaciones del año tienen su lado bello y cualidades que le hacen único y destacable entre los demás. El uso de la naturaleza y sus atributos, serían las formas que estarán presentes en el canal de información del asesoramiento de imagen. La cromática será clave para realizar un buen contraste que resalta las imágenes guías, que el cliente necesita visualizar para la elección de su cambio de imagen. Para reflejar mejor el concepto se realizó un moodboard.

Figura 17:
Moodboard del concepto: El cambio es como las estaciones

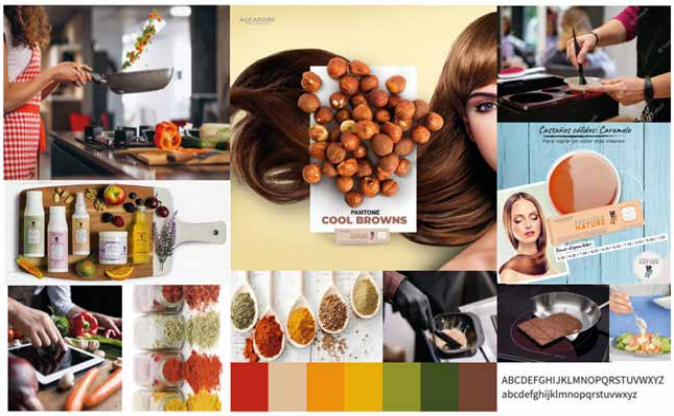


Nota. Imágenes adaptas en la herramienta Moodboard para reflejar la propuesta del concepto.

Cocinando tu estilo:

Todos los ingredientes los tenemos, pero tú nos acompañas a preparar el look final. El gusto y la sazón lo escoges tú. La propuesta gráfica llevará al cliente a un ambiente más familiar y de casa donde encontrará las especies y propuestas de estilo como si estuviera en la cocina de su hogar, se preparará el mejor platillo que son los clientes junto con los estilistas. El sonido y la preparación se usará este concepto de la cocina de casa, pero todo enfocado a la preparación de los cócteles que se realizan en la peluquería. Los colores y formas serán apoyados por la cromática de la cocina, pero las propuestas se verán como un platillo de lujo. Para reflejar mejor el concepto se realizó un moodboard.

Figura 18:
Moodboard del concepto: Cocinando tu estilo

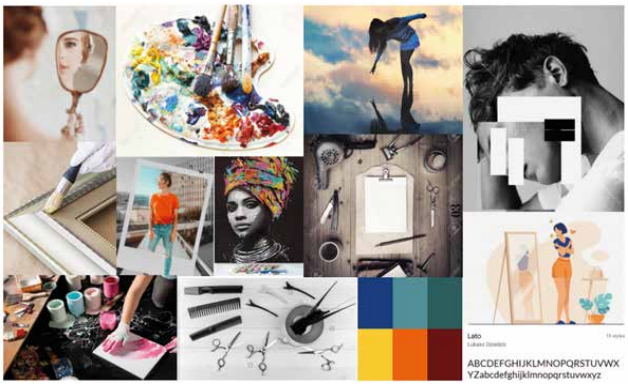


Nota. Imágenes adaptas en la herramienta Moodboard para reflejar la propuesta del concepto.

Pincel de tu reflejo:

Tú escoges la herramienta o técnica y nosotros como peluquería te asesoramos y ofrecemos los colores para tu lienzo final. El material gráfico informativo va ligado al concepto de las brochas. El cambio de sección se dará por juegos de colores y pintura, donde en cada pincelada se podrá completar el lienzo de tu nuevo look. Estos se complementarán con las herramientas de la peluquería que también se utilizan como pinceles y los colores en forma de pintura que también son utilizados en la peluquería por los tintes para el cabello. Para reflejar mejor el concepto se realizó un moodboard.

Figura 19:
Moodboard del concepto: Pincel de tu reflejo



Nota. Imágenes adaptas en la herramienta Moodboard para reflejar la propuesta del concepto.

Concepto final de diseño

Finalmente, la idea seleccionada como concepto final fue: El cambio es como las estaciones. El cliente podrá observar la cromática de las estaciones según el cambio de los temas o estilos que él vaya escogiendo, además el aplicativo tendrá una diagramación acorde a las cuatro estaciones, reflejando siempre las cuatro posibilidades que tiene el cliente para seguir avanzando con el asesoramiento.

Figura 20:
Aplicación del concepto cromática y estilo



Nota. Imagen de modelo adaptada al concepto para el aplicativo móvil

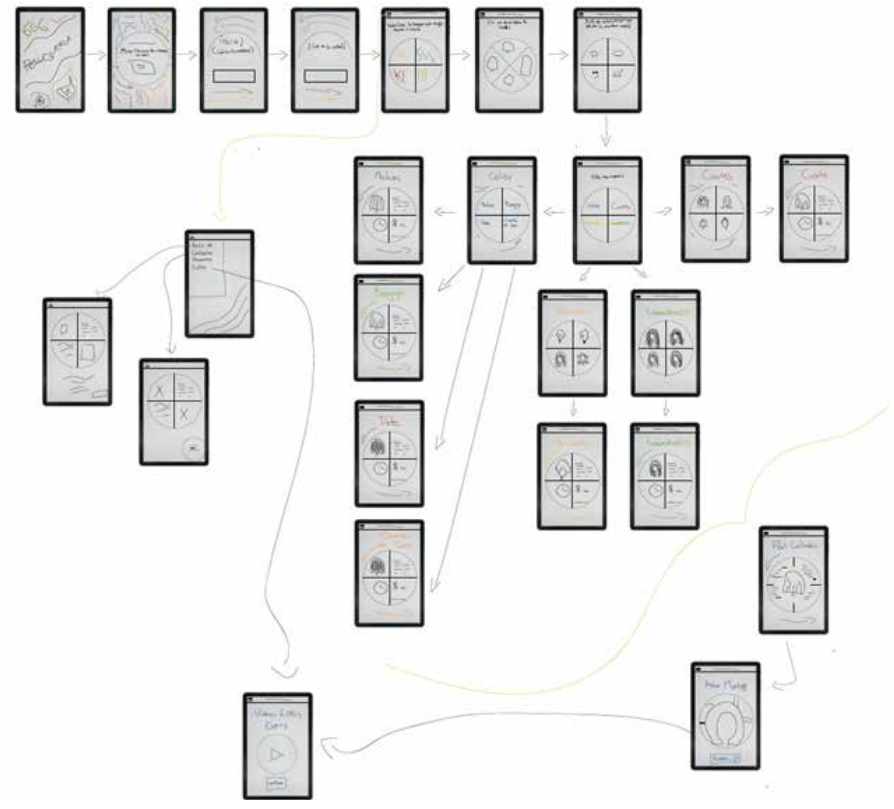
b. Exploración de la forma

Maquetas de estudio y factor de innovación

Para la creación de los wireframes, se optó por hacer uso de una composición basada en el proceso de llegada del cliente a la peluquería y la escala de los diferentes elementos del contenido que tendría el aplicativo, para tomar en cuenta los elementos que requieran la mayor atención para el usuario. La maquetación ayudo a la distribución y uso de espacio adecuados para que la navegación del usuario sea simple y dinámica. Se busca que el usuario se mantenga a gusto con la funcionalidad del aplicativo, los temas propuestos, el espacio y selección de elementos deben ser intuitivos y de fácil usabilidad. Para ello se realiza la siguiente maquetación para apreciar la magnitud del proyecto:

Estructura inicial del proyecto gráfico (esquema)

Figura 21:
Wireframes del aplicativo



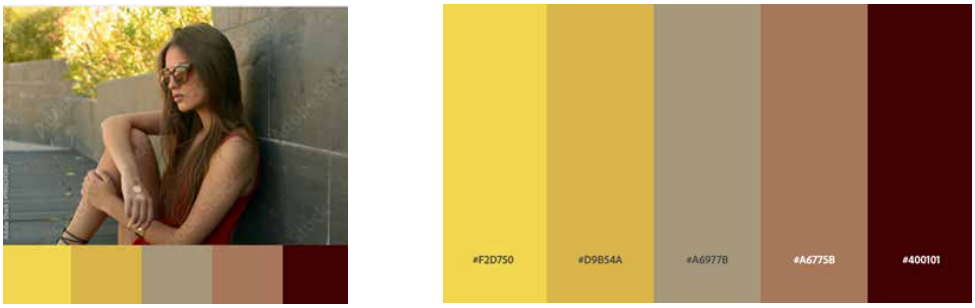
Nota. Maquetación adaptada en el sistema de wireframes para reflejar la propuesta en el aplicativo. Realizado con el uso de herramientas de Moqups.

Ideas gráficas iniciales y evolución

Cromática establecida:

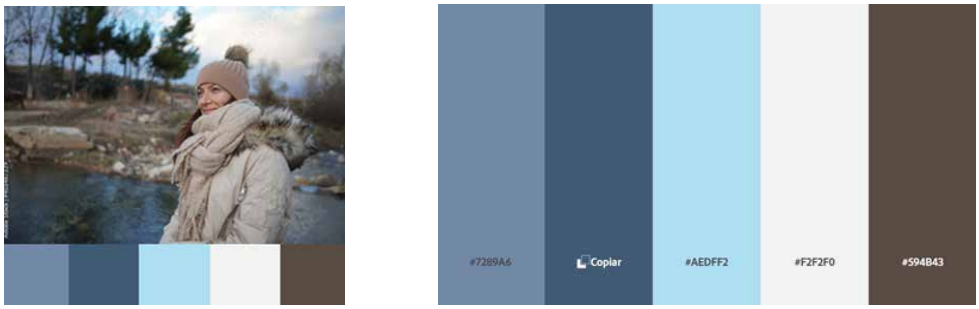
Se plantean 4 diferentes paletas cromáticas que respaldan, refuerzan y se complementan con el concepto de: "Estaciones del año" que además se usaran para diferenciar las pantallas y los diferentes temas y estilos que podrá usar el cliente en el aplicativo.

Figura 22:
Cromática Verano



Nota. Cromática para la estación del año verano obtenida del banco de imágenes de Adobe

Figura 23:
Cromática Invierno



Nota. Cromática para la estación del año verano obtenida del banco de imágenes de Adobe

Figura 24:
Cromática Otoño



Nota. Cromática para la estación del año verano obtenida del banco de imágenes de Adobe

Figura 25:
Cromática Primavera



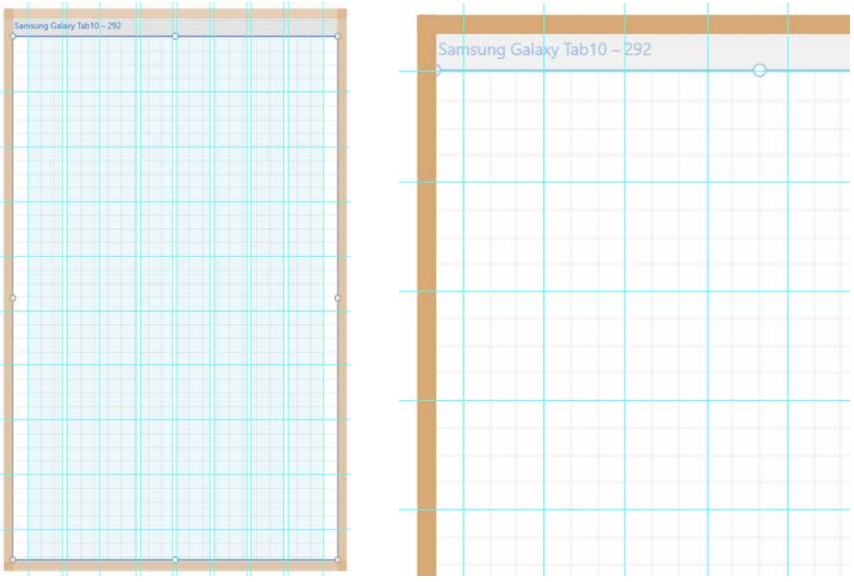
Nota. Cromática para la estación del año verano obtenida del banco de imágenes de Adobe

La cromática tiene el mismo nivel de saturación para mantener un equilibrio en el aplicativo y con la finalidad que ninguna resalte más que la otra, ya que el propósito es destacar la belleza de cada estación.

Retícula

La retícula base se utiliza para organizar la información. Se definió una retícula modular para la elaboración del tablero base, los márgenes que se establecieron fueron de 1608 pixeles de ancho y 2560 pixeles de alto, y el tamaño de la cuadricula es de 67p. El tablero posee 24 cuadros en el ancho y 38 cuadros de alto. En total existen 912 cuadros que ayudaran a organizar la información dentro del aplicativo.

Figura 26:
Retícula modular de aplicativo móvil

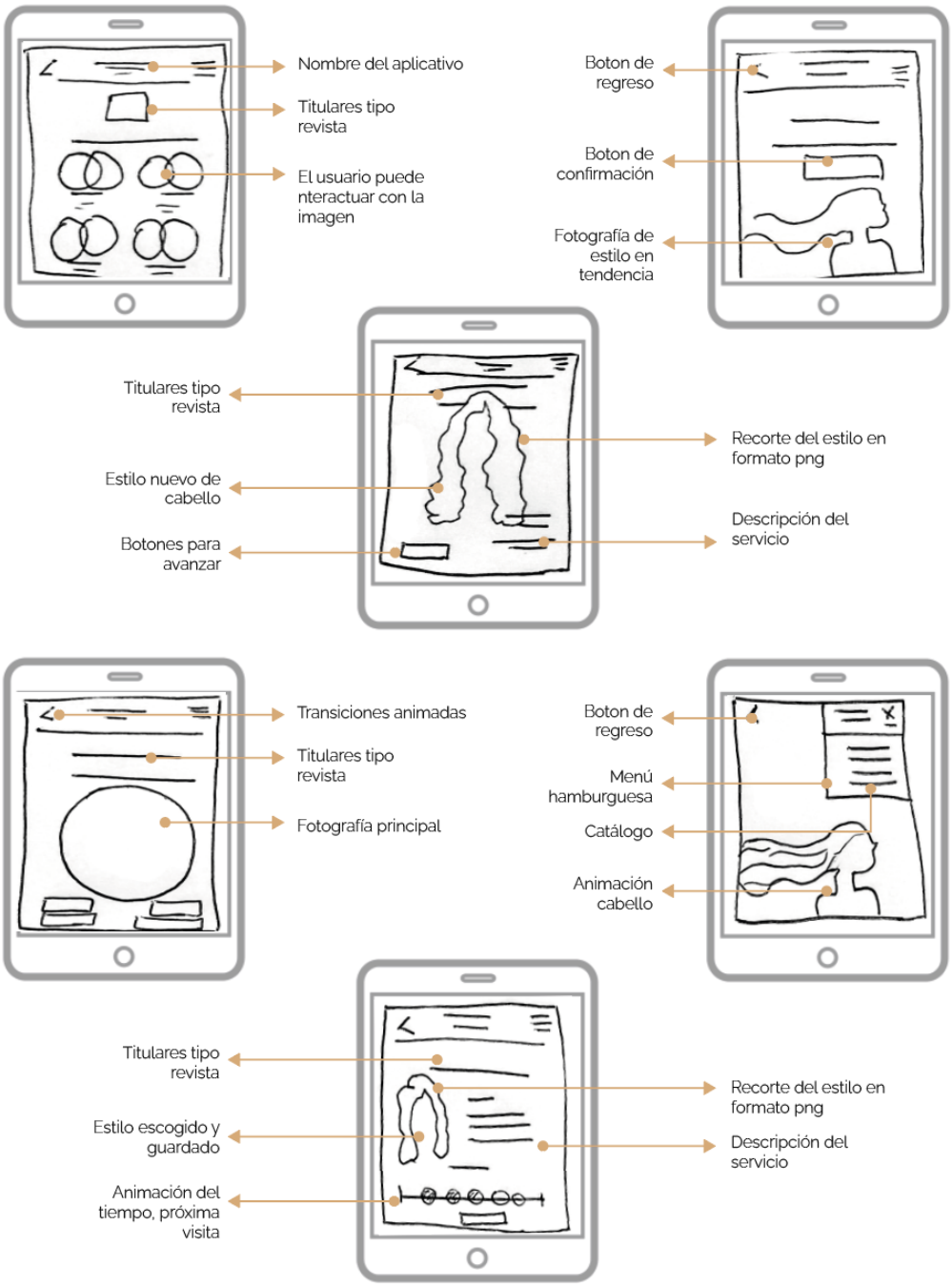


Nota. Es la retícula base que utilizará para organizar la información dentro del aplicativo

Bocetos

En el desarrollo del sistema gráfico se probaron algunas ideas para la diagramación, cantidad de información e imágenes que tendrá en prototipo. A través del análisis del concepto y la aplicación del estilo tipo revista se clasificaron las acciones y temas que se desarrollaran.
También se planteó la posibilidad de que se apliquen no solo animaciones durante el recorrido sino además transiciones para cada apartado.

Figura 27:
Bocetos del sistema gráfico



Nota. Se realizan apartados en temas generales para organizar la información dentro del aplicativo e iditificar cuantas secciones tendrá

Gracias al bocetaje se clasificaron la cantidad de etapas que tendría que pasar el usuario para completar el asesoramiento. También, se planteó un sistema de catálogos para la ubicación más rápida de la información del servicio de peluquería que le gustaría realizarse al usuario sin necesidad de hacer un recorrido de análisis de tipo de cabello, sino directamente al servicio que le llamó la atención.

Imagen

La composición para el aplicativo será en mayor parte del uso de foto grafismo para reforzar la imagen y darle valor al concepto con la combinación cromática, las fotografías se consideran como realidad, y es lo que necesitaremos para que el cliente aprecie mejor lo que le gustaría realizarse. Estas simplificaciones y modificaciones se acoplarán con la diagramación para la buena navegación del cliente, la combinación de estos debe ser utilizadas de manera unificada para transmitir un correcto mensaje (Samara, 2014)

Figura 28:
Fotografía



Nota. Formato de fotografías que se utilizaran para mantener el estilo resvista, obtenida del banco gratuito de Freepik para simular el montaje. creada por: Wayhomestudio y recuperada de: freepik

Fuentes Establecidas

Figura 29:
Fuente Raleway



Nota. Fuente que se utilizará en el aplicativo móvil, foto obtenida de Google Font.

Raleway es una elegante familia tipográfica sans-serif. Inicialmente diseñado por Matt McInerney como un solo peso delgado, se expandió a una familia de 9 pesos por Pablo Impallari y Rodrigo Fuenzalida en 2012. Presenta un estilo único y de revestimiento, es una tipografía alternativa estilística inspirada en tipos de letra sans-serif más geométricos. El uso de esta tipografía refuerza la idea de estilismo que se presenta en las peluquerías, gracias a la combinación en la letra W que forman una tijera y las terminaciones en las letras t, l y d que dan una soltura con el concepto.

Figura 30:
Fuente New York



Nota. Fuente que se utilizará en el aplicativo móvil, foto obtenida de Da Font.

Es una tipografía atemporal de mucho estilismo y alta costura. Se utilizará en la mayor parte de los titulares. Su elegancia va de la mano con la exclusividad que tendrá cada cliente al usar el aplicativo móvil.

Validación del estilo gráfico

La mayoría de los clientes de las peluquerías no solo buscan la buena atención o un servicio de calidad, los clientes buscan un asesoramiento previo para que puedan llevar su nuevo cambio de imagen con mucha seguridad. Gracias al primer planteamiento del sistema gráfico comunicativo se procede a verificar su funcionalidad, donde el comitente aprobó el concepto y la línea grafica que tendrá el aplicativo, sin embargo, se procederá hacer correcciones sobre el sistema organizacional, para poder clasificarlos mejor según las necesidades del cliente.

Figura 31:
Fotografías de la validación del estilo gráfico

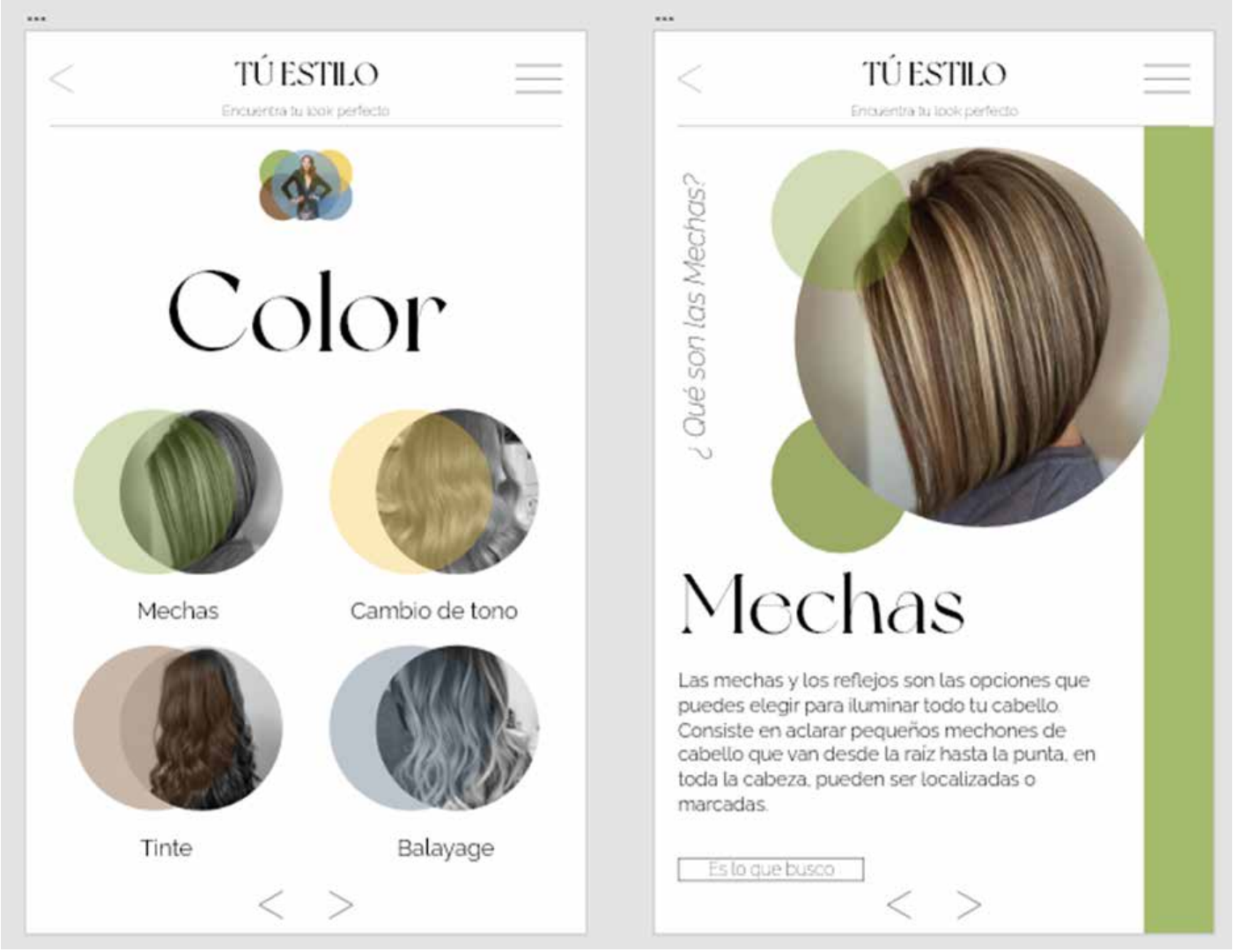


Nota. Fotografía tomada durante la validación inicial

Desarrollo gráfico proyecto

Una vez aplicado el concepto y las recomendaciones de la validación del estilo gráfico, se desarrollaron los diferentes temas de interés y los servicios más solicitados en esta época del año para los clientes de la peluquería, cada sección con su cromática establecida y con la secuencia que el cliente dictaminó.

Figura 32:
Fotografía del desarrollo en el programa de XD



Nota. Fotografía del desarrollo del aplicativo móvil

Argumentación teórica elementos

El atractivo visual y la aplicación de elementos básicos de diseño ayudaron al desarrollo del proyecto interactivo. El sistema está enfocado en su público objetivo, con la finalidad que el mensaje expuesto sea claro, dinámico con el respaldo de los principios de interacción que sustenta la metodología de diseño de Jaime Steane.

Figura 33:
Fotografía del desarrollo en el programa de XD



Nota. Fotografía del desarrollo del aplicativo móvil

Validación teórica de la propuesta inicial

Factores de Requerimiento de Diseño

Factor de Uso

Steane (2017) menciona que, los sistemas de navegación orientan a los usuarios en secuencias de tareas, aportan un orden y una jerarquía de contenido lógica, de manera que encuentren contenidos relevantes. (p.116) Esa es la lógica que se mantiene en todo el sistema gráfico y la jerarquía se divisa por el tamaño tipográfico y los signos ayudan a identificar por dónde debe avanzar el usuario. Con ello se verificó que el cliente de la peluquería puede ver con claridad los textos y leer con claridad la información expuesta.

Factor de Función

Steane (2017) menciona que, siempre debe alcanzarse un equilibrio entre algo visualmente estimulante y al mismo tiempo cómodo y reconocible. (p.144) En el formato del aplicativo se busca crear emociones nuevas, gracias a la tecnología del programa XD. Se destaca la facilidad de uso. El sistema hace que el cliente pueda cambiar de opinión a su gusto y esté seguro de la decisión que va a tomar, según su disponibilidad de tiempo, economía y gusto.

Factor conceptual y persuasivo

El concepto de diseño no sólo se acopló al aplicativo gráficamente, sino también, a la parte organizativa. La información se clasifica por cromática y divisiones por caja de textos, todo en cuatro secciones. El usuario logra ubicarse de forma más sencilla, en qué área se encuentra y la tendencia a la que se están dirigiendo sus gustos.

Factor estético

Steane (2017) menciona que, los colores armonizan y organizan la información y los elementos gráficos. (p.66) La estrategia cromática se basa en la aplicación del concepto para resaltar con colores la información importante. El uso de la tipografía adecuada ayuda a mantener la temática de revista. Se crea un aspecto profesional y estéticamente muy agradable y armonioso.

Factor Técnico

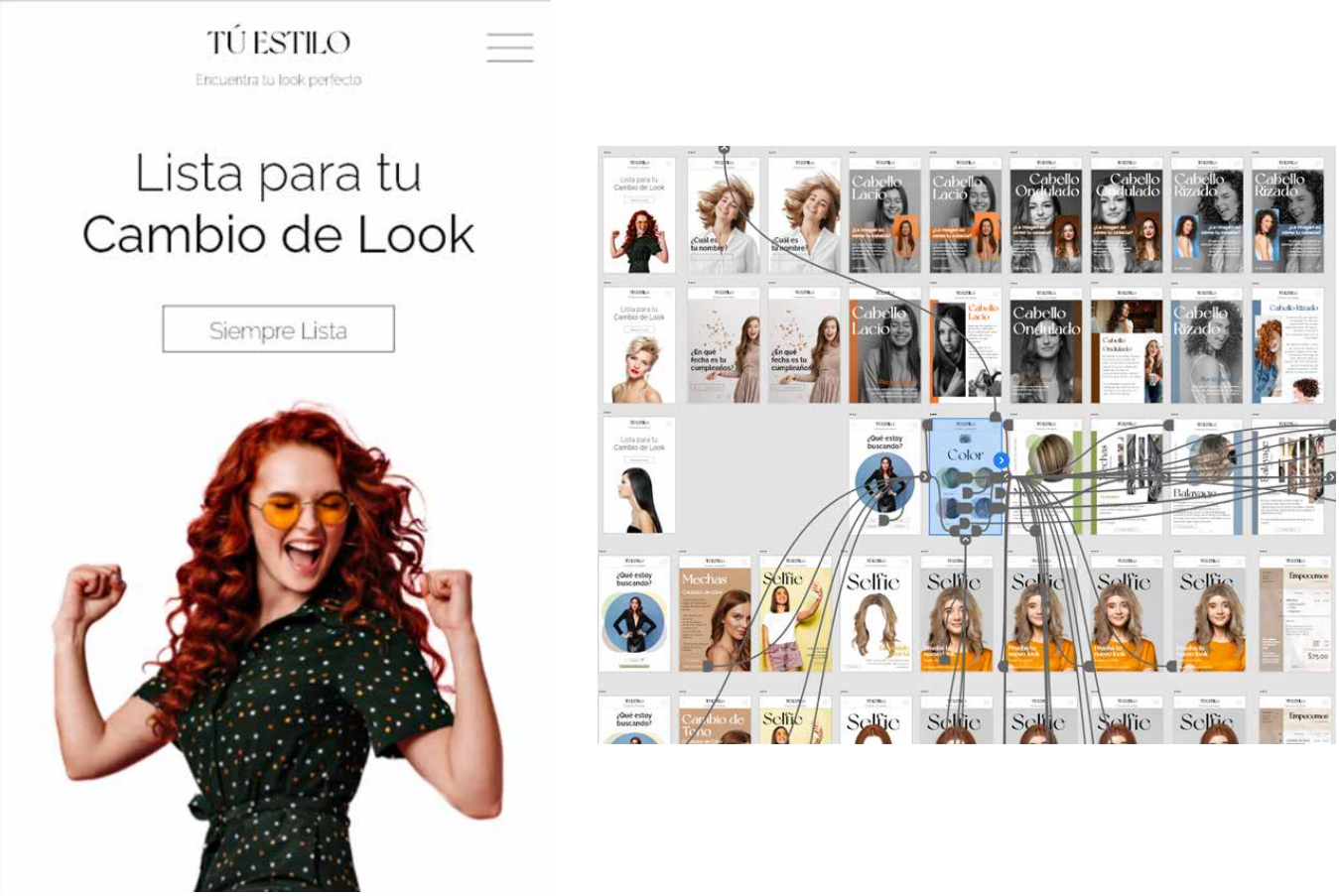
La presentación a las marcas y productos que utilizan las peluquerías también será un apoyo para el aplicativo ya que sus productos serían los que se expongan para sus cuidados posteriores. El facilitar los accesos a la aplicación ayudará a que más clientes que tienen dudas de realizarse un servicio de peluquería, puedan tener el beneficio de ser asesorados previamente y que puedan tomar la mejor decisión que podría cambiar su vida.

c. Prototipo Gráfico

Estructura final del proyecto gráfico

Una vez terminado con todo el proceso de testeo, retroalimentaciones y validaciones, se presenta la estructura final, con su recorrido, proceso de guardado, presupuesto, catálogo de servicios y más.

Figura 34:
Fotografías del aplicativo



Nota. Fotografía del desarrollo del aplicativo móvil

El aplicativo es un producto que mantiene su concepto pero que lleva un estilo tipo revista de moda, donde la cliente sentirá que es la modelo de la portada que ofrece el material gráfico. El recorrido empieza con un mensaje de bienvenida que motiva al usuario a realizarse el asesoramiento. El contenido es variado y la información irá cambiando según las decisiones que vaya tomando el usuario.

Las propuestas de estilo se irán presentando conforme avance con el asesoramiento. La asesoría empieza con una autoevaluación para identificar el tipo de cabello que tiene el usuario, continúa con el apartado de cuatro grupos principales: color, cortes, tratamientos y peinados. Dentro de cada uno de ellos están los servicios que ofrece la peluquería. La información expuesta es precisa y directa para que el usuario entienda sobre los estilos que se puede realizar, el siguiente paso es el uso de un fotomontaje, donde el cliente podrá ver una simulación de cómo sería su nuevo look, si decide optar por ese estilo escogido. Para finalizar se encuentra el presupuesto del cambio de imagen y se procede a guardar el estilo que se va a realizar con la finalidad que el aplicativo guarde en su base de datos, cuando el cliente deberá acercarse nuevamente a la peluquería para retocar su estilo o cambiar nuevamente de imagen.

Figura 35:
Fotografías del aplicativo



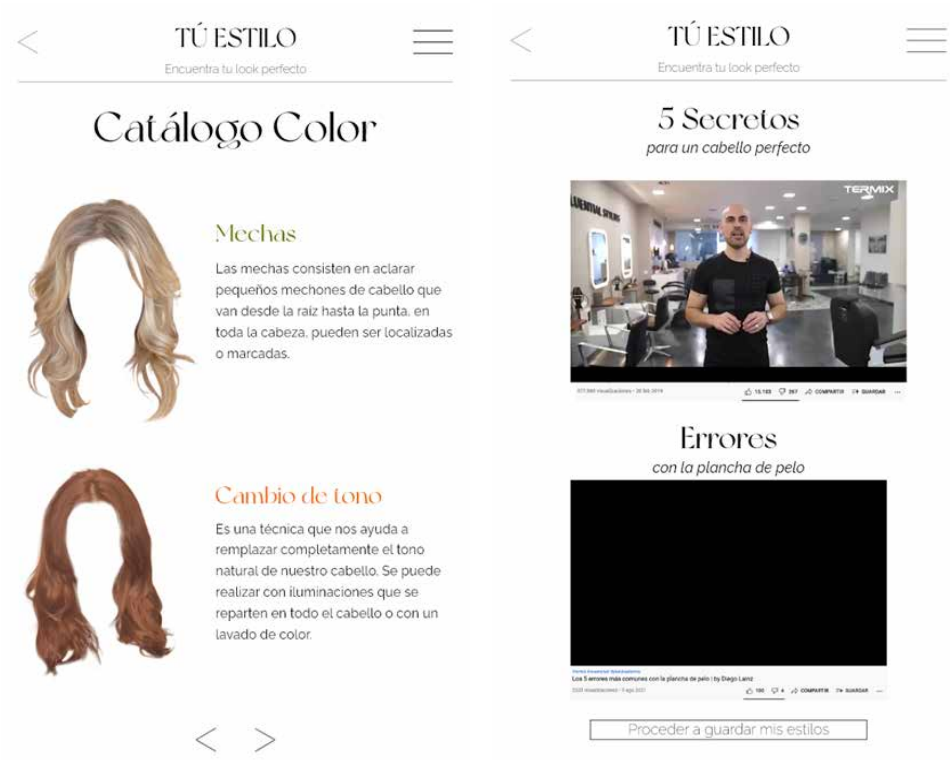


Nota. Fotografía del desarrollo del aplicativo móvil

De igual manera, se encuentra un apartado, donde el usuario podrá ver videos mientras espera que él estilista acabe su nuevo cambio de look. En el menú se encuentran cuatros apartados: contactos, mis estilos, catálogo de

estilos y acerca de, con información pertinente, si el cliente de la peluquería desea un catálogo de servicios, comunicarse con alguien, dar alguna sugerencia u obtener más información sobre el aplicativo.

Figura 36:
Fotografías del aplicativo



Nota. Fotografías del desarrollo del aplicativo móvil

Estilo gráfico final

Cromática

El uso de la cromática es de los principales distintivos del aplicativo, además de ser utilizado para resaltar los estilos que ofrece la peluquería, la cromática ayuda a clasificar la información y, por otra parte, el uso del color blanco es el que permite crear contraste con las imágenes y la información expuesta, esto provocó que los servicios que se ofrecen resultarán más atrayentes para el usuario.

Figura 37:
Fotografías del aplicativo



Nota. Fotografía del desarrollo del aplicativo móvil

Iconicidad e Imagen

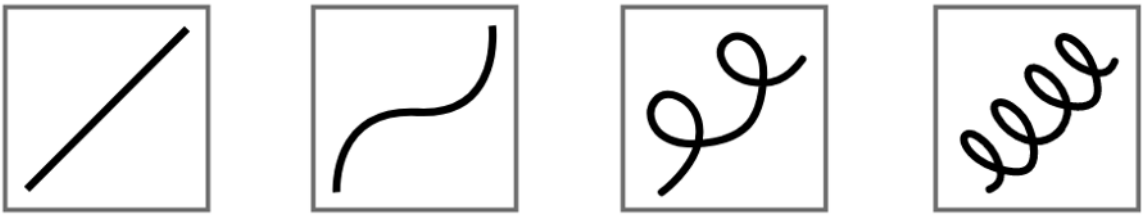
El proyecto gráfico no lleva mayor cantidad de iconografía y mucho menos ilustraciones debido a que el mensaje que se quiere impartir debe tener un nivel alto de fidelización con el servicio que va a realizar el estilista. El uso de fotografías que representen bien el servicio ayuda a que no existan confusiones al momento que el usuario escoja el estilo. Por otro lado, la única representación gráfica que se realizó fue de los cuatro tipos de cabellos que existen y se la demuestra en la siguiente figura.

Figura 38:
Fotografías de servicios de peluquería



Nota. Fotografías utilizas en el aplicativo móvil para representar el servicio de peluquería

Figura 39:
Fotografías de los iconos utilizados en el aplicativo



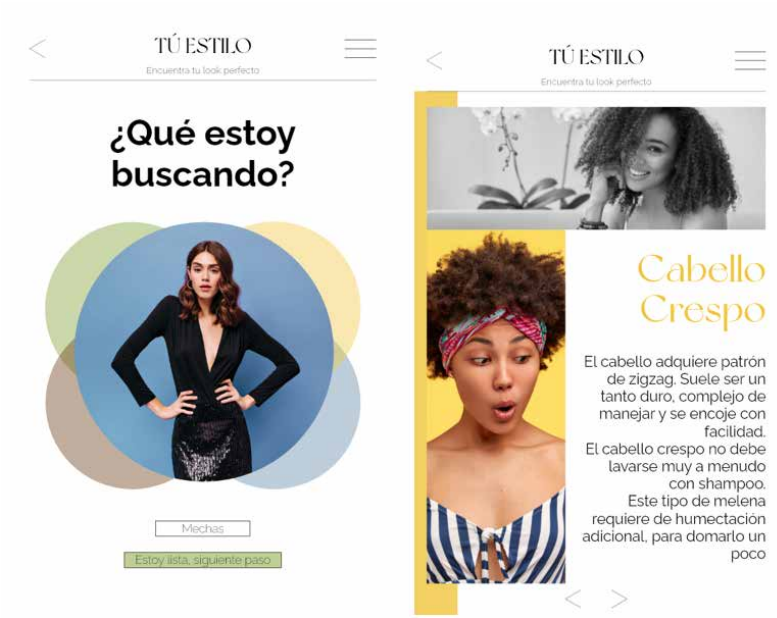
Nota. Tipos de cabellos representados gráficamente

Se representa el cabello lacio, el cabello ondulado, el cabello crespo y el cabello rizado, los mismos que ayudaran a que el usuario los identifique con mayor facilidad. Los iconos se entienden por su forma y su abstracción

Elementos y formas:

El elemento más utilizado es la línea, tiene tamaños establecidos que se aprecian en todo el aplicativo, es una línea continua y su posición es horizontal y vertical generalmente. Las figuras geométricas utilizadas con el círculo, cuadrado y rectángulo, que siempre tienen color y ayudan a resaltar las imágenes del servicio de peluquería

Figura 40:
Fotografías de las figuras y elementos dentro del aplicativo



Nota. Figuras geométricas y elementos utilizados dentro del aplicativo móvil

Detalle gráfico de todos los elementos del prototipo

Una vez aplicado el concepto de “el cambio es como las estaciones” y con un estilo tipo revista ya definido, se plantean los diferentes caminos para completar el recorrido de todo el sistema. Los cuatro apartados generales de asesoramiento brindan más posibilidades para ofrecer mayores servicios dentro de estas familias, servicios que los clientes no siempre tienen conocimiento de que existen. Las posibilidades son muchas y el único que decide es el usuario.

La primera parte de la aplicación empieza con una animación que da la bienvenida al uso del sistema gráfico. Se procede con el registro del usuario, nombre y fecha de cumpleaños. Para comenzar con una autoevaluación de qué tipo de cabello tiene el usuario.

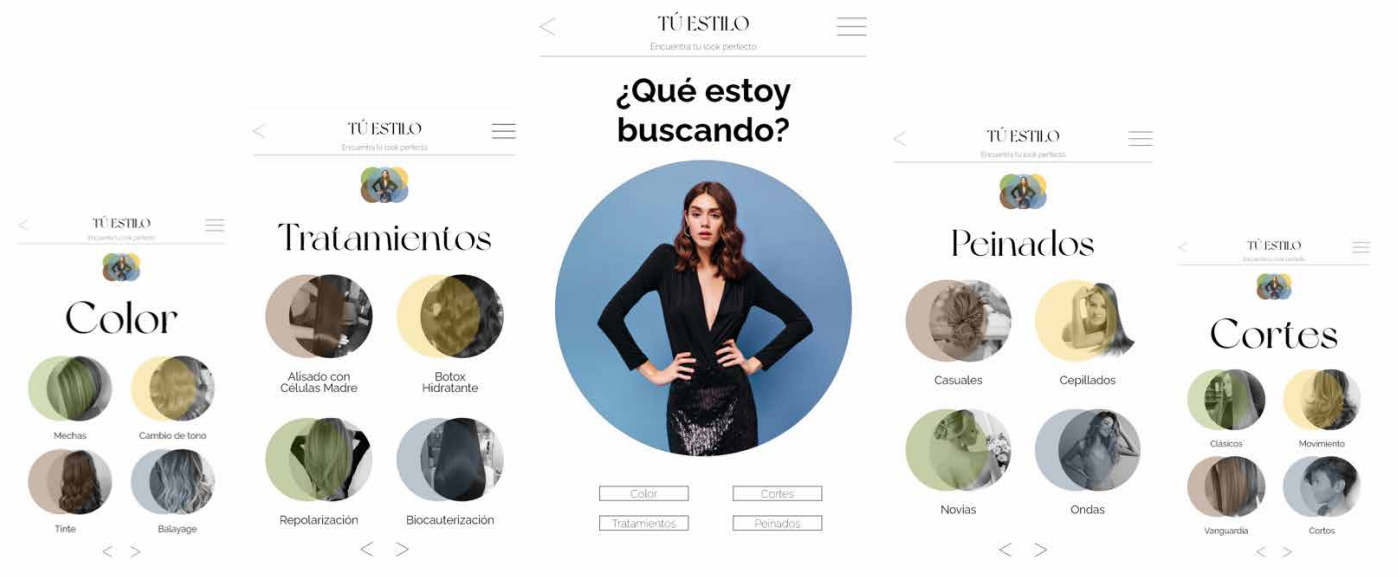
Figura 41:
Fotografías del primer acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la primera fase, el registro y autoevaluación

Para la segunda parte, una vez que el usuario haya identificado su tipo de cabello, podrá acceder a los cuatro apartados principales: color, tratamientos, corte y peinados. El usuario escogerá lo que esté buscando. Dentro de estos apartados existe más información sobre los diferentes servicios. El usuario deberá tan solo seleccionar la imagen que más le llame la atención y el aplicativo describirá todo acerca de ese servicio. A continuación, se presentan capturas de pantalla de los cuatro temas y sus apartados de servicio.

Figura 42:
Fotografías del segundo acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la segunda fase

Para la tercera parte, exploramos un poco sobre lo que nos ofrecen los apartados. Los cuatros servicios tienen la misma modalidad. Hay un título grande para conocer el nombre del servicio y junto al título hay una breve descripción del servicio, si el cliente decide hacerse ese estilo, encontrará más información como recomendaciones y mantenimientos. Finalmente podrá seleccionar el servicio para ir al siguiente apartado.

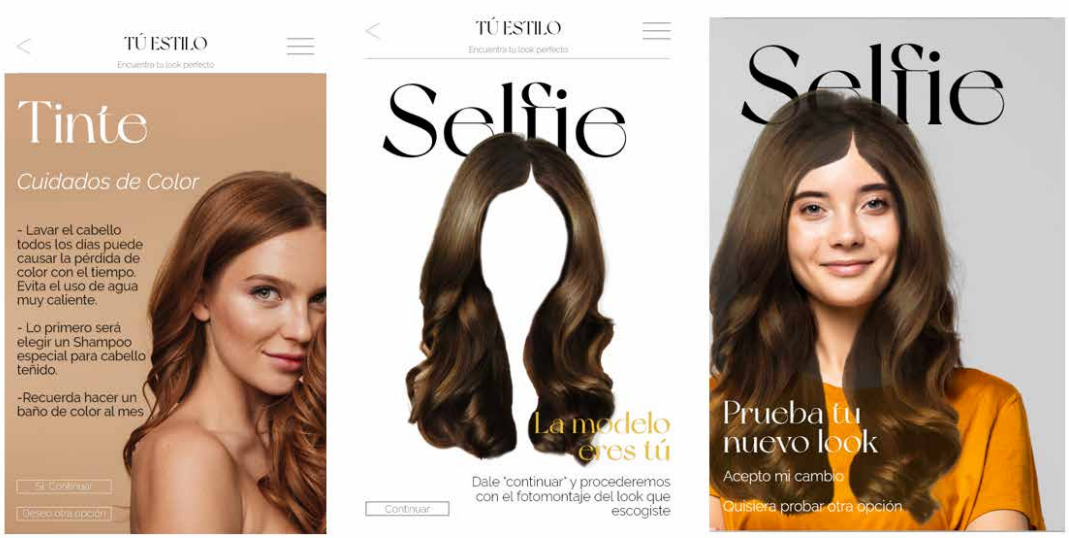
Figura 43:
Fotografías del tercer acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la tercera fase

Para la cuarta parte del sistema gráfico, tendremos información sobre los cuidados que debe tener el usuario para mantener siempre el look en perfecto estado, por consiguiente, se realizará un fotomontaje del nuevo estilo escogido por el cliente. Este montaje se aplicará como un filtro, el filtro será idéntico a los que se usan comúnmente en las diferentes redes sociales pero enfocado solo en el cabello. Para el fotomontaje se utilizará la aplicación Spark AR Studio creada por Facebook. El modelo será el usuario, su montaje será como una portada de revista, donde podrá verificar si en realidad es lo que está buscando o no.

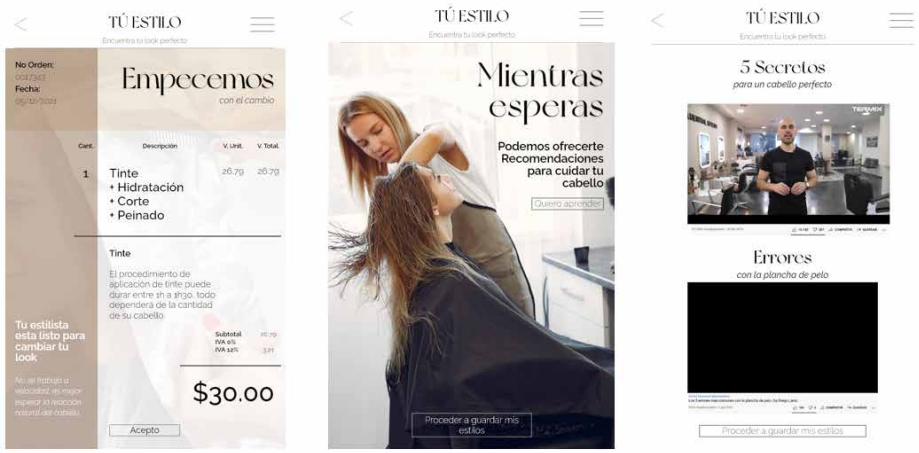
Figura 44:
Fotografías del cuarto acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la cuarta fase

Para la quinta parte, se presentan los costos del estilo escogido por el usuario, con información acerca de tiempos y otros servicios que incluyen el costo. Una vez aceptado el cambio, mientras espera el cliente, se dan a conocer recomendaciones para cuidar el cabello en casa. Las recomendaciones están presentadas como videos educativos.

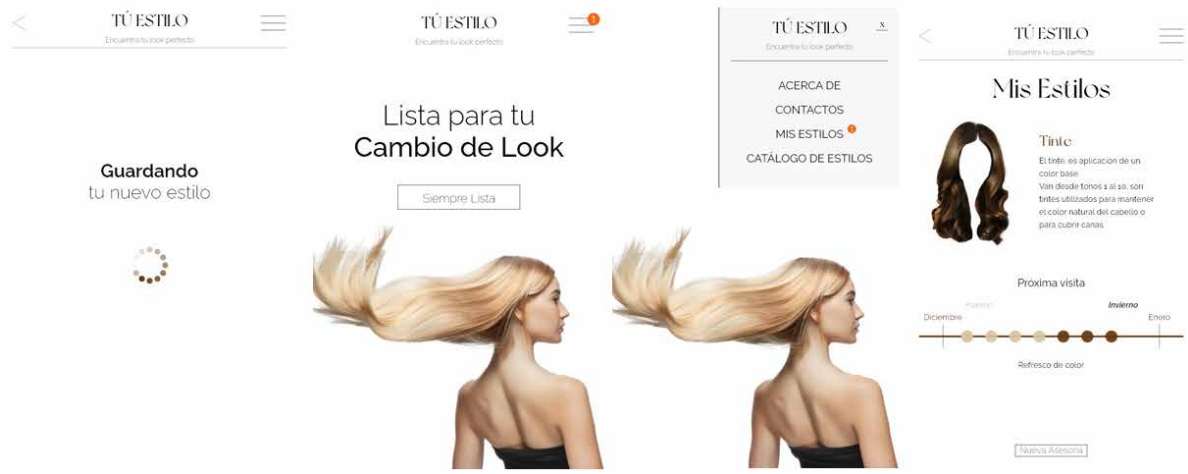
Figura 45:
Fotografías del quito acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la quinta fase

Para la última parte, el aplicativo procede a guardar el estilo escogido por él usuario, con la finalidad de tener un calendario y un recordatorio de cuándo será su próxima visita a la peluquería para el retoque del estilo o una nueva asesoraría. El tiempo pasa y posiblemente será en una estación del año diferente.

Figura 46:
Fotografías del sexto acercamiento con el aplicativo



Nota. Fotografías del aplicativo durante la sexta fase

Figura 47:
Muck up del aplicativo móvil



Nota. Fotomontaje del aplicativo en una Tablet

Detalle técnico

Acabados

El aplicativo fue creado con la finalidad de ser utilizado todos los días por los clientes de las peluquerías. El sistema al ser sencillo y de fácil uso puede ser descargado sin ninguna instrucción adicional y de forma ilimitada. Su funcionamiento se da sin problemas en los diferentes dispositivos móviles ya que maneja un sistema responsive y con una estructura interna de lenguaje de programación pensado para trabajar con Flutter que es una herramienta de framework de código abierto, creado por google, compatible con dispositivos Android y iOS. El uso de Flutter ayuda agilitar el proceso de actualizaciones, abaratamiento de costos y desarrollo del aplicativo ya que las actualizaciones de este sistema gráfico se darán cada 3 meses por cada cambio de estación que tiene el año y sobretodo porque las modificaciones que se hagan en Flutter permiten ver las visualizaciones en tiempo real.

El asesoramiento inicia de forma inmediata, con un tiempo promedio de diez minutos, los cuales son necesarios para tomar la mejor decisión. El estilista por otro lado verá el nuevo look escogido por el cliente y procederá a realizárselo con más confianza ya que no existirán dudas de lo que el cliente quiere realizarse.

El aplicativo estará disponible en todo momento ya que el sistema permite que se realicen los cambios necesarios de forma ilimitada. Sí el cliente tiene curiosidad de probar otros estilos podrá hacerlo sin ningún problema, y no solo desde la peluquería ya que al ser un sistema digital móvil personalizado podrá realizar el asesoramiento desde casa o cuando tenga tiempo. Cuando el cliente vaya a la peluquería solo deberá presentar el nuevo estilo que haya escogido.

Figura 48:
Fotografías de la sección de cuidados capilares



Nota. Nota. Fotografías del aplicativo, detalle de cuidados

Costos

Para concluir con el proceso de diseño y prototipado se realizó el cálculo de los costos de trabajo creativo y operativo, donde se obtiene como resultado el presupuesto total del proyecto.

Tabla 5:
Costos del proyecto

Creativo	
Total de horas invertidas	180
Horas estimadas de trabajo operativo	70
Valor hora	$9,58
Valor bruto por trabajo operativo	$670,39
Gestión	
Total de horas invertidas	180
Horas estimadas de trabajo de gestión	90
Valor hora	$9,58
Valor bruto por gestión	$861,93
Operativo	
Total hora invertidas	180
Horas estimadas de trabajo operativo	60
Valor hora	$9,58
Valor bruto por trabajo operativo	$574,62
Valor bruto por Diseño	$2106,93

Resumen	
Honorarios profesionales	$2106.93
Mano de obra directa	$63,59
Transporte	$24,00
Producción, prototipos, modelos	$28,80
Equipos de oficina	$22,41
Materiales e insumos	$4,80
Muebles y enseres	$1,22
Servicios básicos	$27,84
Sub total presupuesto	$2279,59
Imprevistos	$227,96

Total Presupuesto	$2507,93

Nota. Esta tabla muestra el costo de diseño, costo creativo, costo de gestión y costo operativo

Del mismo modo, se planteó el precio sugerido de venta al público. El cálculo se obtuvo dividiendo el valor total del proyecto para 50 unidades, ya que ese sería ese el rango de las peluquerías top en la ciudad de Quito, esto dio como resultado $50,15, dado que es un producto nuevo, necesita darse a conocer y además de un mantenimiento con actualizaciones continuas cada 3 meses se le resta tan solo el 20% del costo final, para obtener un mejor precio de venta. Un resultado de $40,12 es un precio accesible considerando que Apps como Colorimetry Pro creada desde el 2016 y ofrece un servicio de colorimetría personal y colores aplicables a prendas de vestir, tiene un costo de $69,00. Sin embargo, nuestro plan es que el cliente obtenga este beneficio y vea la rentabilidad que puede obtener si lo usa, es por ello que también se optaría por dividir el costo del producto en dos pagos a precio de $20,06 en un lapso de 2 meses.

Validación Final

Validación con el tutor académico:

Para la validación desde el punto de vista del tutor académico, se contó con la ayuda de Karla Betancourt, Diseñadora multidisciplinar y Asesora de Imagen, que lleva más de 12 años de experiencia profesional, nos asegura una validación experta tanto en el área de diseño como en la parte de asesoramiento para el área de la peluquería. A través de un testeo y una entrevista, se potenciaron las características del aplicativo que debían modificarse y se pulieron para que el sistema gráfico esté adecuado para la validación con el comitente y con el usuario. Para la validación se tomó en cuenta aspectos de la investigación técnica, la comunicación gráfica, tipografía, contenido de valor, imágenes, retícula, ergonomía de aplicaciones móviles e información de experiencia.

Tabla 6:
Tabla de testeo con el tutor académico / Información expuesta

Información Expuesta

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
Se investigó lo suficiente para establecer los contenidos principales y más solicitados de la peluquería				x		
El contenido del material muestra una coherencia en la selección de los temas de belleza					x	
El material utiliza un lenguaje apropiado para el cliente, permitiendo la fácil comprensión de la información					x	
Los elementos interactivos ayudan al proceso de retención de información				x		Hay que hacer algunas correcciones antes del testeo con el usuario
Los elementos gráficos como fotografías ayudan al entendimiento del estilo que se va a realizar el cliente					x	

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del tutor académico

Tabla 6:

Tabla de testeo con el tutor académico / Material

Material

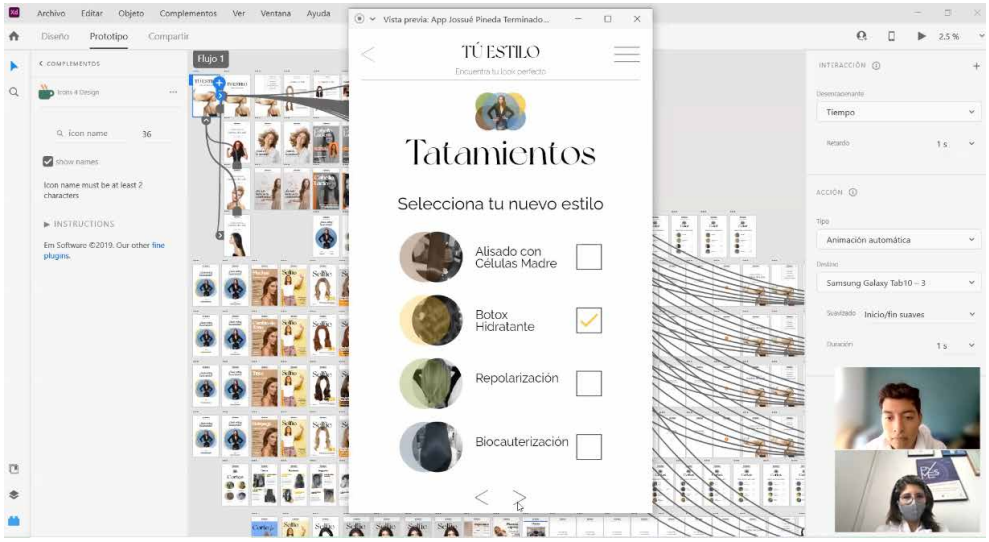
La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
El material le parece informativo y funcional				x		Detalles de correción
Se comprende el contenido con facilidad					x	
El material utilizado es amigable y preciso					x	
Se comprende los pasos que se deben seguir para ir avanzando en el aplicativo				x		
La información es interesante de leer					x	El texto es corto e informativo

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del tutor académico

Figura 42:

Validación con el comitente



Nota. Nota. Fotografías del aplicativo, detalle de cuidados

Como resultado del testeo con el tutor académico se afirma que el producto es funcional y cumple con los objetivos, sin embargo se sugiere que exista un apartado de sistema de recompensas como también una sección de agendamiento de citas, donde el usuario al momento de usar el sistema gráfico en casa o en lugares que no sean dentro de la peluquería y de como consecuencia un rápido acceso al de servicio peluquería, ya que el usuario habría pasado, por la parte del asesoramiento, el detalle de costos y el post cuidado que debería tener.

Validación con el comitente:

Para la validación desde el punto de vista del profesional, se contó con la ayuda de Lourdes Tupiza, dueña de J' Luxe Estética Peluquería. Lourdes, mantiene su negocio más de 5 años, pero que ha ejercido su profesión como estilista por más de 10 años. Esta experiencia cercana con el negocio aseguraba una validación experta y empática. A través de un testeo se potenciaron las características que destacan del proyecto. Para la validación se tomó en cuenta aspectos de la investigación técnica, información de experiencias brindada por los profesionales, análisis de los servicios más demandados en la peluquería y la comunicación gráfica.

Tabla 7:
Tabla de testeo con el comitente / Información expuesta

Información Expuesta

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
Se investigó lo suficiente para establecer los contenidos principales y más solicitados de la peluquería				x		Sí cumple, la información expuesta es muy útil para el primer lanzamiento del aplicativo, sin embargo tenemos muchos más servicios que ofrece la peluquería y sería un gran aporte completarlo en un futuro.
El contenido del material muestra una coherencia en la selección de los temas de belleza					x	Sí, ya que lleva la secuencia general del asesoramiento que se aplica en la peluquería de forma presencial.
El material utiliza un lenguaje apropiado para el cliente, permitiendo la fácil comprensión de la información					x	La información expuesta es corta y clara, los clientes quieren saber lo que les van a realizar más no el proceso de la técnica que el profesional vaya a realizar.
Los elementos interactivos ayudan al proceso de retención de información					x	En general no hay nada igual para impartir un asesoramiento, y el hecho que sea interactivo hace que el cliente recuerde la información
Los elementos gráficos como fotografías ayudan al entendimiento del estilo que se va a realizar el cliente					x	Ayudan mucho, ya que los clientes llegan con una idea de lo que quieren hacer, pero no siempre se explican con claridad, lo que les gustaría realizarse.

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del comitente

Tabla 7:
Tabla de testeo con el comitente / Material

Material

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
El material le parece informativo y funcional					x	Los servicios expuestos están completos y claros.
Se comprende el contenido con facilidad					x	
El material utilizado es amigable y preciso					x	
Se comprende los pasos que se deben seguir para ir avanzando en el aplicativo					x	
La información es interesante de leer					x	El material fotográfico utilizado fue un gran acierto, motiva a la lectura del servicio que se quiere realizar el cliente.

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del comitente

Como resultado de la validación el comitente afirma que el producto ha sido trabajado con los requerimientos y en conjunto con el material brindado por los profesionales del área de belleza.

Figura 42:
Validación con el comitente





Nota. Nota. Fotografías del aplicativo, detalle de cuidados

Validación con el cliente

Una vez validado el producto con el comitente y el profesor tutor, se corrigió y se mejoró la propuesta final, después se procedió hacer un nuevo testeo. Para la validación desde el punto de vista del cliente, se contó con la ayuda de Nicole Núñez y Karina Salazar, clientes de J' Luxe Estética Peluquería. Las clientes que se encuentran entre las edades del público objetivo del proyecto y la peluquería, entre 24 a 38 años de edad, profesionales, que buscan estar siempre a la vanguardia y cambiando su look por temporadas. Esta experiencia cercana y su frecuencia constante con J' Luxe Estética Peluquería aseguraba una validación empática. A través de, un testeo idéntico para las dos clientes, donde se comprobó su funcionamiento y donde se evidenció las características que destacaron del proyecto. Finalmente se realizaron preguntas en forma de entrevista para saber la opinión sobre el sistema gráfico que se estaba proponiendo.

Tabla 8:
Tabla de testeo con el cliente 1 / Material

Información Expuesta

Evaluador: Karina - Cliente de J' Luxe Estética Peluquería
Fecha: 19 de Noviembre de 2021

Material

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
El material le parece informativo y funcional					x	Hay mucha información que me ayudó a escoger bien qué nuevo look hacerme
Se comprende el contenido con facilidad					x	Sí, es muy clara
El material utilizado es amigable y preciso					x	
Se comprende los pasos que se deben seguir para ir avanzando en el aplicativo					x	Sí, gracias a las flechas y cuadros de siguiente
La información es interesante de leer					x	Muy interesante

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del cliente 1

Tabla 8:
Tabla de testeo con el cliente 1 / Encuesta

Encuesta:

¿ Cómo calificarías al material gráfico de apoyo para peluquerías TÚ ESTILO?
Me encanto
Me gusta
Me da igual
No me gusta
No es lo que esperaba

¿ Qué es lo que más te llamó la atención?
La simulación con el nuevo estilo
La información expuesta
La fotografías utilizadas
Los colores
Valoración sobre precios

¿ Cree que es necesario informar sobre cómo debería utilizarse el aplicativo?
Fue muy intuitivo sabía cómo avanzar
Se identificaron fácil los botones para avanzar
Es mejor explicar por dónde avanzar
No se entiende como hacer el recorrido

¿Cree que está aplicación consta con la información necesaria con el asesoramiento de imagen ?
La información es la indicada y la cantidad justa
Falta agregar más servicios de peluquería
La información no es clara
No se entiende la información expuesta

¿Cree que el tiempo de realización del recorrido es adecuado para un buen asesoramiento?
El tiempo es el adecuado
Es muy lento el recorrido para llegar a realizarse el servicio
El recorrido fue muy rápido faltó información

Tareas:

Seleccione el tipo de cabello ondulado y proceda con el cambio de color con mechas, identifique el presupuesto y proceda a guardar el estilo.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Vaya a la sección de catálogo de servicios y seleccione Alisado con Células Madre, obtenga más información de ese servicio.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Obtenga un presupuesto de un tratamiento capilar

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del cliente 1

Tabla 9:
Tabla de testeo con el cliente 2 / Material

Información Expuesta

Evaluador: Nicole Núñez - Cliente de J' Luxe Estética Peluquería
Fecha: 22 de Noviembre de 2021

Material

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos:	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
El material le parece informativo y funcional					x	Muy útil, todas las peluquerías deberían llevar un sistema de asesoramiento previo
Se comprende el contenido con facilidad					x	Sí, me pude guiar rápidamente por donde ir
El material utilizado es amigable y preciso					x	
Se comprende los pasos que se deben seguir para ir avanzando en el aplicativo					x	
La información es interesante de leer					x	

Encuesta:

¿ Cómo calificarías al material gráfico de apoyo para peluquerías TÚ ESTILO?
Me encanto
Me gusta
Me da igual
No me gusta
No es lo que esperaba

¿ Qué es lo que más te llamó la atención?
La simulación con el nuevo estilo
La información expuesta
La fotografías utilizadas
Los colores
Valoración sobre precios

¿ Cree que es necesario informar sobre cómo debería utilizarse el aplicativo?
Fue muy intuitivo sabía cómo avanzar
Se identificaron fácil los botones para avanzar
Es mejor explicar por dónde avanzar
No se entiende como hacer el recorrido

¿Cree que está aplicación consta con la información necesaria con el asesoramiento de imagen ?
La información es la indicada y la cantidad justa
Falta agregar más servicios de peluquería
La información no es clara
No se entiende la información expuesta

¿Cree que el tiempo de realización del recorrido es adecuado para un buen asesoramiento?
El tiempo es el adecuado
Es muy lento el recorrido para llegar a realizarse el servicio
El recorrido fue muy rápido faltó información

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del cliente 2

Tabla 9:
Tabla de testeo con el cliente 2 / Tareas

Tarea

Objetivo:

Determinar si el usuario puede interactuar fácilmente con el aplicativo
Determinar si el usuario pudo llegar a escoger la asesoramiento solicitado
Determinar si el aplicativo podría ser utilizado en futuras ocasiones

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Tareas:

Seleccione el tipo de cabello ondulado y proceda con el cambio de color con mechas, identifique el presupuesto y proceda a guardar el estilo.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Vaya a la sección de catálogo de servicios y seleccione Alisado con Células Madre, obtenga más información de ese servicio.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

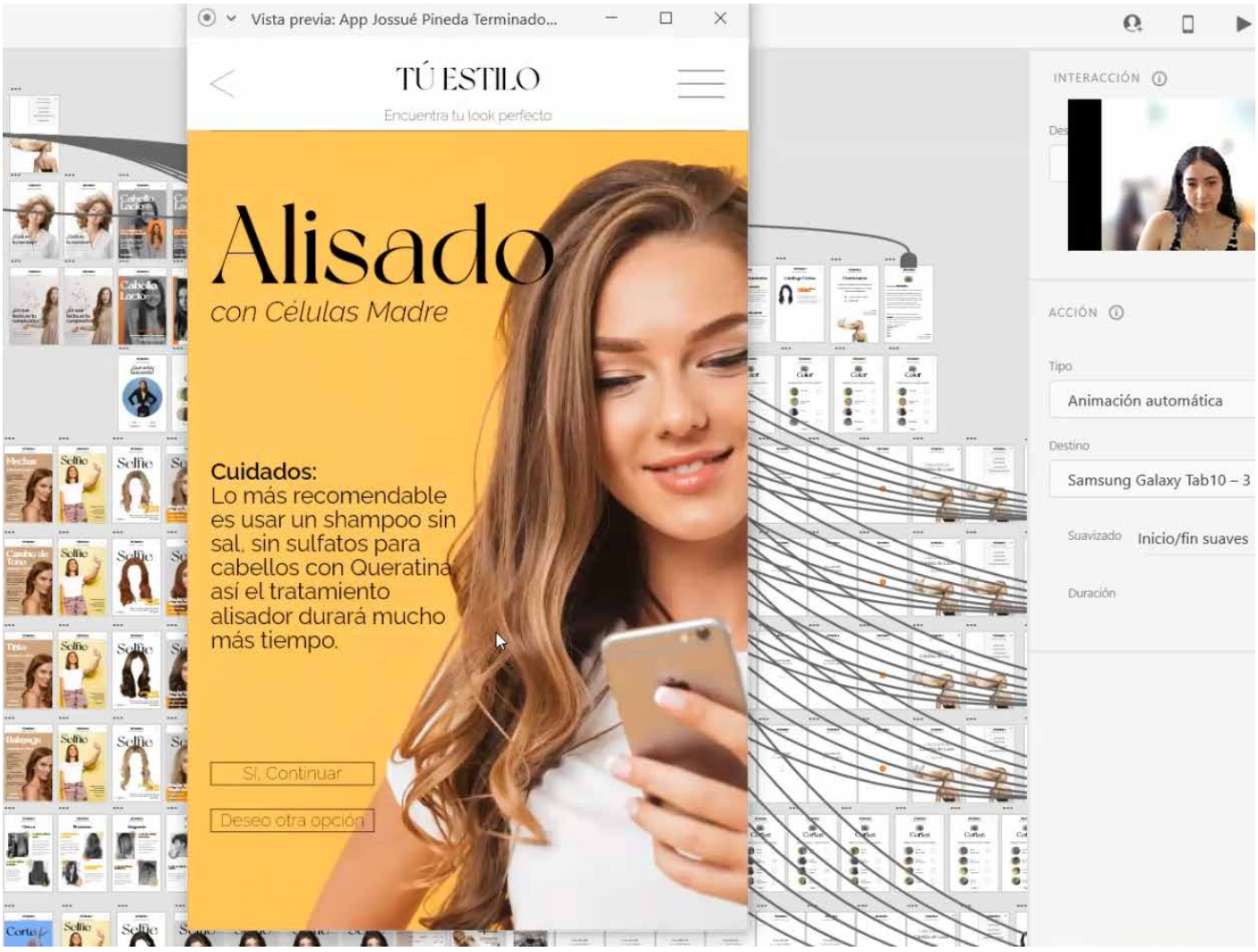
Obtenga un presupuesto de un tratamiento capilar

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Nota. Esta tabla muestra las respuestas del cliente 2

Como resultado de la validación las clientes pudieron realizar todas las tareas sin dificultad y decidieron explorar más estilos por curiosidad. El uso de los botones guía fueron de gran ayuda para que puedan avanzar en el sistema, pero también el vincular las fotografías como botones a los demás apartados, les sirvió para obtener más información de lo que sobresaltó en su prueba con el prototipo.

Figura 49:
Validación con el Usuario



Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

4. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

1. En cuanto a lo investigado, se concluye que el aplicativo móvil, ayuda a que el cliente tome la mejor elección según sus preferencias, economía, gustos, disponibilidad de tiempo y cuidados posteriores. Facilita la comunicación de los servicios que puede ofrecer la peluquería a los clientes y facilita la comunicación a los estilistas para comprender con más facilidad lo que a la cliente le gustaría realizarse para que no existan dudas del estilo que se haya escogido.

2. Una vez concluida la investigación, se demuestra que el material gráfico del proyecto ayuda a que el cliente se interese por cambiar su look, le motiva a realizarse el servicio escogido, le brinda seguridad y refuerza la idea de no haber cometido alguna mala decisión debido a los beneficios que podría adquirir si se realiza un nuevo cambio de look.

3. En lo abordado de la investigación se evidencia que la información planteada es la correcta y su diagramación fue un gran acierto, ya que ese planteamiento ayudó a que el sistema gráfico permita un recorrido interactivo, dinámico y fácil para el cliente. Promueve el interés para el cambio de imagen. Sin embargo, la información expuesta por el momento no abarca todos los servicios que ofrece la peluquería como por ejemplo el área de barbería, maquillaje y manicure.

4. Una vez realizado el proceso de validación con los diferentes usuarios, se concluye que el material cumple con todos los requerimientos de diseño y con todas las fases de asesoramiento previo a realizarse un cambio de look. Gracias a ello, se logra generar confianza en la elección del nuevo estilo que se complementa con la información respaldada por expertos, todo en conjunto será un grano de arena que aportará a mejorar su forma de presentarse ante la vida.

Recomendaciones

1. Al terminar el aplicativo móvil y concluir con las validaciones, se identificaron varios detalles que podrían ser mejorados para su segunda versión, como la implementación de nuevos servicios y técnicas que se van a implementar en la peluquería o el agregar las áreas de peluquería que no se abarcaron como depilación, manicure y maquillaje.

2. El aplicativo móvil además puede incluir videos explicativos que refuercen el mensaje de la técnica que se va a utilizar durante el servicio de peluquería, como también videos que validen lo que se está llevando en tendencia.

3. Una recomendación obtenida durante el testo con del comitente, fue que se debería cambiar la imagen del inicio del aplicativo continuamente con una modelo que este usando el cabello según lo que está en tendencia y hacer estas actualizaciones conforme las tendencias cambien.

4. Se recomienda que el aplicativo móvil sea direccionado en un futuro también para los otros públicos que visitan la peluquería como: los niños, hombres y personas adultas. En base a la investigación estos públicos también desean un asesoramiento previo antes de realizarse un cambio de imagen.

Bibliografía

Alguacil Garrido, R. (2008). Imagen personal. Vértice.

Aljure Saab, A. (2015). El plan estratégico de comunicación: Método y recomendaciones prácticas para su elaboración. Editorial UOC ; Universidad de La Sabana.

Benítez, L., & Garcés, A. (2014). Culturas ecuatorianas: Ayer y hoy (Segunda edición actualizada). Editorial Abya-Yala.

Espinosa Apolo, M. (2000). Los mestizos ecuatorianos: Y las señas de identidad cultural (3a ed). Tramasocial Ed.

Familia Profesional Imagen Personal—Peluquería. (2010). Visualia.

Fernández, I., & Ubillos, S. (2004). Psicología social, cultura y educacion. Pearson.

Fernández, M. (2020). Sociología y Ciencias Sociales en tiempos de crisis
pandémica. En Revista de Sociología de la Educación-RASE (Vol. 13, pp. 105-113).

Frascara, J. (2012). El Diseño de Comunicación (1.a ed.). Infinito.

Guzmán Paz, V. (2012). Comunicación Organizacional (1.a ed.). Red Tercer Milenio.

Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2010). Psicología social. Médica Panamericana.

Samara, T. (2009). Los elementos del diseño: Manual de estilo para diseñadores gráficos. Gustavo Gili.

Simonetta, M. (2020). Giro copernicano: Autoestima, capital psíquico e "inteligencia". noviembre 2020, 13.

Steane, J. (2017). Fundamentos del diseño interactivo: Principios y procesos que todo diseñador debe conocer. Promopress.

Anexos

Se realiza una comprobación del concepto de diseño con relación al boceto presentado, la cromática, tipografía y uso de imágenes al comitente para que valide la propuesta.

Enlace de acceso a los resultados de la encuesta:
https://docs.google.com/forms/d/1hJbtpxgNXQlDapifVdu2Eja-UxFwj-5RazKTnshUkJ4/edit?usp=sharing

Primera encuesta con el comitente

1. ¿Considera que la narrativa resulta coherente con el concepto elegido?

1 2 3 4 5

No Funciona Funciona

Comentario del comitente: El direccionamiento en el espacio del aplicativo tiene una buena secuencia sin embargo creo que debería estar presente al principio la recopilación de los datos del cliente para tener un contacto posterior con ellos. Con respecto al concepto creo que funcionaria muy bien, pero quisiera evidenciarlo ya con los colores propuestos.

2. ¿Considera que el concepto de diseño se ve reflejado en el aplicativo?

1 2 3 4 5

No Funciona Funciona

Comentario del comitente: Me gusta el concepto, quisiera verlo en funcionamiento para diferenciar los cambios de página según el giro del tiempo.

3. ¿Cree que se debería cambiar algo para que funcione mejor el sistema?

1 2 3 4 5

No Funciona Funciona

Comentario del comitente: Se debería cambiar el apartado de “En qué altura tiene su cabello” Este debería ir después del apartado de la personalidad para poder indicar las opciones que se puede realizar según la altura del cabello que tiene el cliente

4. ¿Qué tan de acuerdo está con el entendimiento de la información que se presenta?

1 2 3 4 5

No Funciona Funciona

Comentario del comitente: Aparte que la idea ya es innovadora el uso del círculo en función al cambio de estaciones por el tiempo, es una muy buena opción. Ayuda a que la información no sea demasiada y estoy de acuerdo con las transiciones de la aplicación.

5. ¿Ayúdenos a evaluar el aplicativo?

1 2 3 4 5

Aplicación del concepto					x
Información presentada				x	
Sistema de navegación					x
Orden de la información			x		
Alcance de la aplicación					x

Comentario del comitente: La aplicación será un gran apoyo para la peluquería sin embargo la información hay que organizarla mejor y sobre todo aumentar la parte de datos del cliente para contactarlo después.

6. ¿Está de acuerdo con la información presentada?

Comentario del comitente: Estoy muy de acuerdo, sin embargo, quisiera que con el tiempo se aumente el servicio también para caballeros y niños. Estoy consciente que los temas que se abarcan son suficientes y justo los necesarios para empezar con el asesoramiento del cliente, pero en un futuro sería lo máximo poder expandir el servicio a otros públicos.

7. ¿Qué tan de acuerdo está con la posible cromática, el texto escogido y distribución de los espacios?

1 2 3 4 5

No Funciona Funciona

Comentario del comitente: A los clientes les gusta el asesoramiento rápido y me parece que la mejor opción si es usar fotografías, ya que incluso utilizado las mismas fotografías a veces se puede interpretar mal lo que el cliente quiere realizar. El texto debe ser corto, pero bien explicativo, y por último los colores deben estar bien armonizados con la fotografía que se escoja.

Parámetros de Testeo

El presente documento expone el plan para realización de un test con usuario aplicado al Material informativo que brinda asesoramiento en cambios de imagen que puede considerar una persona al momento de acudir a un salón de belleza.

El aplicativo “Tú Estilo” es un sistema que ayuda a los clientes de las peluquerías a tomar la mejor decisión en cuanto a su cambio de imagen. Desde un corte a cambios completos de color. Su temática estilo revisa, basándose en el concepto de las estaciones, clasifica los servicios que ofrece la peluquería en cuatro temas principales: Color, tratamientos, peinados y cortes; y dentro de estos se encuentra mayor información y más opciones.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Carrera de Diseño Gráfico

Evaluador: Lourdes Tupiza - Dueña y Estilista de J' Luxe Estética Peluquería
Fecha: 17 de Noviembre de 2021

Figura 50:
Validación con el Usuario

Información Expuesta

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos	1	2	3	4	5	Observaciones
Información expuesta:						
Se investigó lo suficiente para establecer los contenidos principales y más solicitados de la peluquería				x		Sí cumple, la información expuesta es muy útil para el primer lanzamiento del aplicativo, sin embargo, tenemos muchos más servicios que ofrece la peluquería y sería un gran aporte completarlo en un futuro.
El contenido del material muestra una coherencia en la selección de los temas de belleza					x	Sí, ya que lleva la secuencia general del asesoramiento que se aplica en la peluquería de forma presencial.
El material utiliza un lenguaje apropiado para el cliente, permitiendo la fácil comprensión de la información					x	La información expuesta es corta y clara, los clientes quieren saber lo que les van a realizar más no el proceso de la técnica que el profesional vaya a realizar.

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 51:
Validación con el Usuario

Los elementos interactivos ayudan al proceso de retención de información					x	No existe nada igual para impartir un asesoramiento, y el hecho que sea interactivo hace que el cliente recuerde la información
Los elementos gráficos como fotografías ayudan al entendimiento del estilo que se va a realizar el cliente					x	Ayudan mucho, ya que los clientes llegan con una idea de lo que quieren hacer, pero no siempre se explican con claridad, lo que les gustaría realizarse.

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Observaciones**
Material:						
El material le parece informativo y funcional					x	Los servicios expuestos están completos y claros.
Se comprende el contenido con facilidad					x	
El material utilizado es amigable y preciso					x	
Se comprende los pasos que se deben seguir para ir avanzando en el aplicativo					x	
La información es interesante de leer					x	El material fotográfico utilizado fue un gran acierto, motiva a la lectura del servicio que se quiere realizar el cliente.

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 52:
Validación con el Usuario

Encuesta:

¿Cómo calificarías al material gráfico de apoyo para peluquerías TÚ ESTILO?

a. Me encanto
b. Me gusta
c. Me da igual
d. No me gusta
e. No es lo que esperaba

¿Qué es lo que más te llamó la atención?

a. La simulación con el nuevo estilo
b. La información expuesta
c. Las fotografías utilizadas
d. Los colores
e. La temática revista

¿Cree que es necesario informar sobre cómo debería utilizarse el aplicativo?

a. Fue muy intuitivo sabía cómo avanzar
b. Se identificaron fácil los botones para avanzar
c. Es mejor explicar por dónde avanzar
d. No se entiende como hacer el recorrido

¿Cree que está aplicación consta con la información necesaria con el asesoramiento de imagen?

a. La información es la indicada y la cantidad justa
b. Falta agregar más servicios de peluquería
c. La información no es clara
d. No se entiende la información expuesta

¿Cree que el tiempo de realización del recorrido es adecuado para un buen asesoramiento?

a. El tiempo es el adecuado
b. Es muy lento el recorrido para llegar a realizarse el servicio
c. El recorrido fue muy rápido faltó información

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 53:
Validación con el Usuario

Tareas:

Objetivo:
Determinar si el usuario puede interactuar fácilmente con el aplicativo
Determinar si el usuario pudo llegar a escoger el asesoramiento solicitado
Determinar si el aplicativo podría ser utilizado en futuras ocasiones

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Tareas:

1. Seleccione el tipo de cabello ondulado y proceda con el cambio de color con mechas, identifique el presupuesto y proceda a guardar el estilo.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

2. Vaya a la sección de cortes e identifique el estilo de corte degrafilado, proceda a probar el filtro de corte y guarde el estilo.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 54:
Validación con el Usuario

3. Obtenga un presupuesto de un tratamiento de Botox Capilar

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

4. Identifique los tipos de peinados que hay

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

5. Escoja un nuevo estilo en el área de color y mire un video de espera.

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tarea y hay curiosidad por realizar más tareas

6. Seleccione el menú e identifique los estilos disponibles que tiene la peluquería

1	2	3	4	5
No se entiende la tarea	Se entiende, pero no cumple con la tarea	Se cumple la tarea, con dificultad	Se cumple la tarea	Se cumple con la tera y hay curiosidad por realizar más tareas

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 55:
Validación con el Cliente1

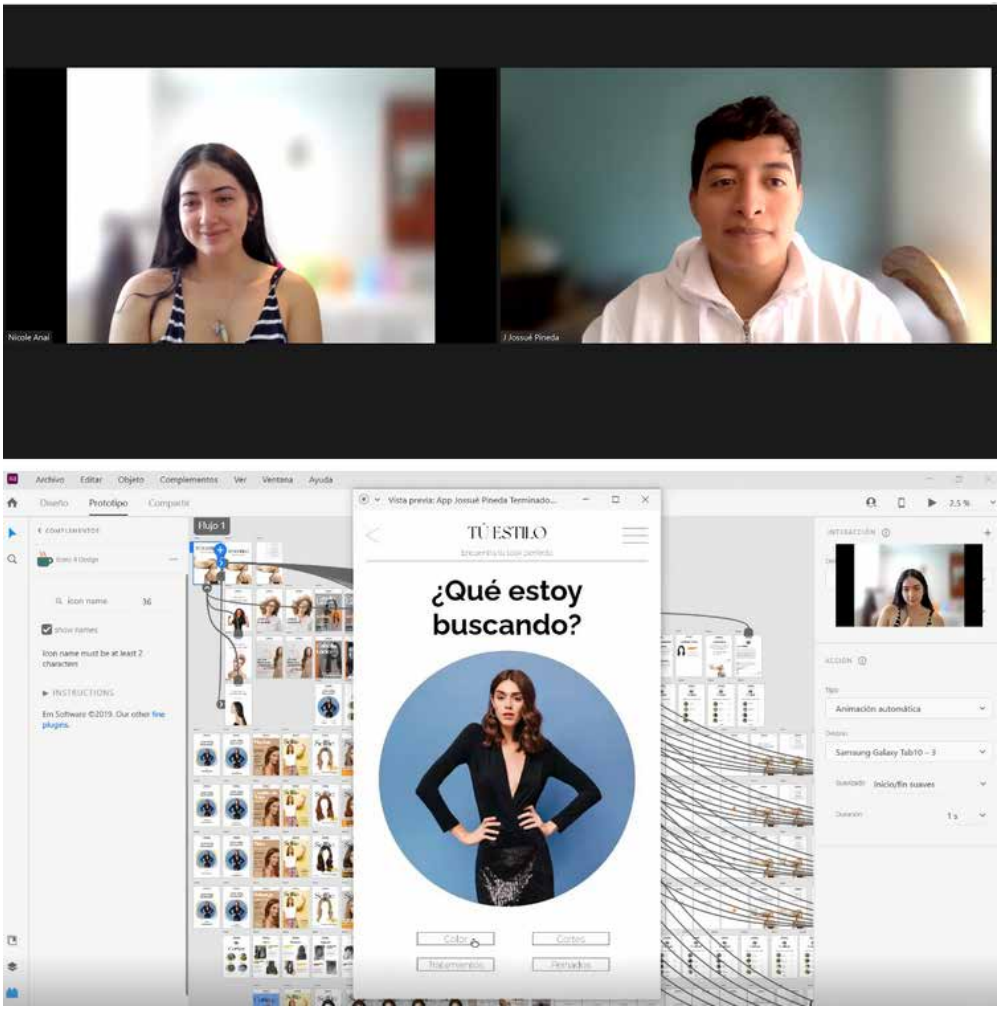
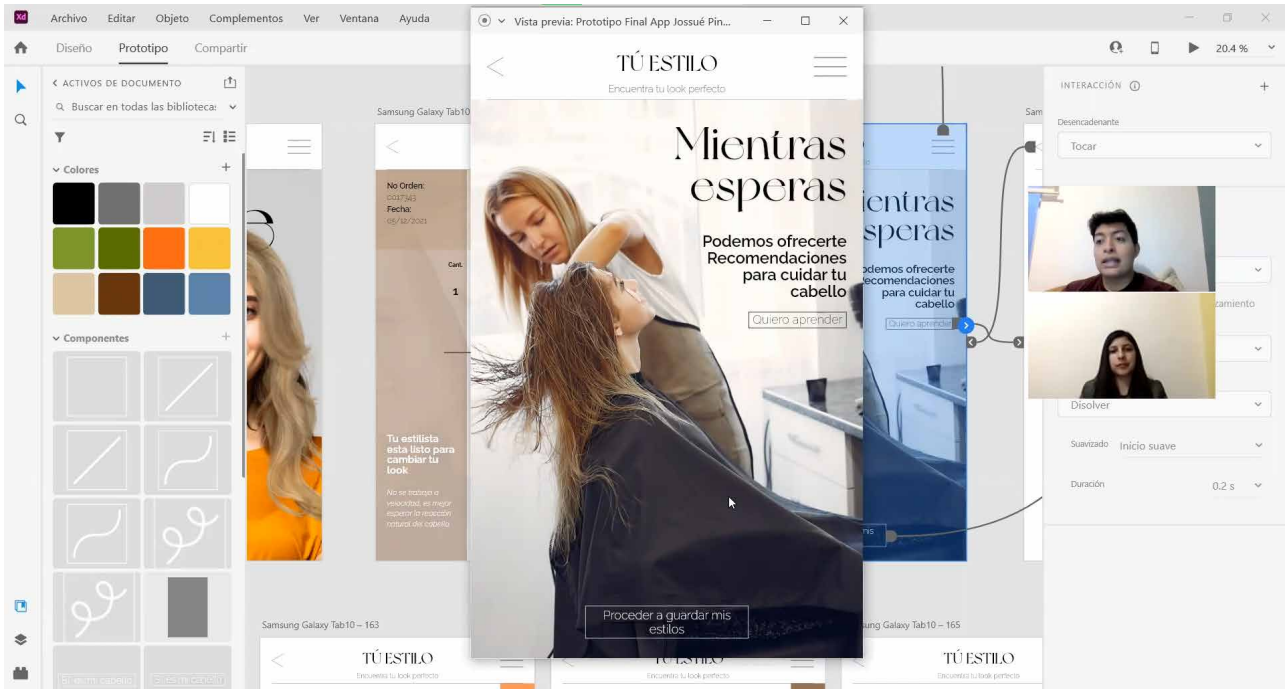


Figura 56:
Validación con el Cliente2

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario



Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario

Figura 57:
Validación con el Tutor

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Carrera de Diseño Gráfico

Evaluador: Karla Betancourt - Docente de la Carrera de Diseño Gráfico
Fecha: 17 de Noviembre de 2021

Información Expuesta

La calificación será de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la más alta

Requerimientos	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Observaciones**
Información expuesta:						
Se investigó lo suficiente para establecer los contenidos principales y más solicitados de la peluquería					x	
El contenido del material muestra una coherencia en la selección de los temas de belleza					x	
El material utiliza un lenguaje apropiado para el cliente, permitiendo la fácil comprensión de la información					x	
Los elementos interactivos ayudan al proceso de retención de información				x		Hay que hacer algunas correcciones antes del testeo con el usuario
Los elementos gráficos como fotografías ayudan al entendimiento del estilo que se va a realizar el cliente					x	

Nota. Comprobación del aplicativo con el usuario