

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

“Diseño de catalogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece SALON FASHION GIRL, Guatemala 2017”

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala C.A

**ELABORADO POR:**

Keyla Esthepania Galvez Salazar  
Carné: 12002598

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Julio 2017

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

Tema:

“Diseño de catalogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece SALON FASHION GIRL, Guatemala 2017”

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala, C.A

**ELABORADO POR:**  
**Keyla Esthepania Galvez Salazar**  
**Carné: 12002598**

Para optar al título de:  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Julio 2017

Guatemala 10 de abril de 2015


Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE SALON FASHION GIRL, GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
Keyla Estrepania Galvez Salazar  
12002598

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Arnulfo Guzmán  
Asesor  
Colegiado 7499



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
LA AMPLIACIÓN DE SU EDUCACIÓN



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2015

**Señorita:**

**Keyla Esthepania Galvez Salazar**

**Presente**

Estimada Señorita Galvez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE SALON FASHION GIRL, GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Universidad de la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de septiembre de 2017

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE SALON FASHION GIRL, GUATEMALA, GUATEMALA 2017**. Presentado por la estudiante: Keyla Sthepania Galvez Salazar, con número de carné: 12002598, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Arnulfo Guzmán**  
**Asesor**  
**Colegiado 7499**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Universidad en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 03 de octubre de 2017

Señorita  
Keyla Esthepania Galvez Salazar  
Presente

Estimada Señorita Galvez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 17 de enero 2017

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE SALON FASHION GIRL, GUATEMALA, GUATEMALA 2017**, de la estudiante Keyla Esthepania Galvez Salazar, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Educación es la Libertad



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 19 de enero de 2018

Señorita:

Keyla Esthepania Galvez Salazar

Presente

Estimada Señorita Galvez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE SALON FASHION GIRL, GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Keyla Esthepania Galvez Salazar, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



## **Autoridades de Universidad Galileo**

Rector:  
Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General:  
Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo  
Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General:  
Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:  
Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:  
Lic. Rualdo Anzueto M.s.C.

## **RESUMEN**

A través del acercamiento con el salón de belleza Fashion Girl, se identificó que no cuenta con un catálogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar catálogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que luego de la realización del proyecto, se definió que es un recurso 3l catálogo ya que varios de los clientes visitaban el Salón en busca de algún material físico de los servicios.

La principal recomendación para este proyecto es que conforme se vaya innovando los servicios del Salón, es importante actualizar cada cierto tiempo el catálogo.

Para efectos legales únicamente la autora Keyla Esthepania Galvez Salazar,  
es responsable del contenido del proyecto.

# Índice

Capítulo I- Introducción .....	13
Capitulo II- Problemática .....	16
Capitulo III- Objetivos de Diseño .....	21
CAPITULO IV-Marco de Referencia .....	23
Capítulo V- Definición del Grupo Objetivo .....	28
Capítulo VI: Marco Teórico .....	34
Capítulo VIII- Validación técnica .....	96
Capítulo IX Propuesta gráfica final .....	121
Capitulo X- Producción, reproducción y distribución.....	143
Capitulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	146
Capitulo XII- Conocimiento General .....	149
Capítulo XIII- Referencias bibliográficas .....	151
Capítulo XIV – Anexos .....	153

## **Capítulo I- Introducción**

## Capítulo I- Introducción

El siguiente trabajo contiene la realización de un catálogo impreso para el Salón Fashion Girl, ya que se carece del mismo y fue imprescindible enfocarse en este factor para darle más importancia a la imagen del Salón.

La metodología a usarse consta de la toma de fotografías de cada uno de los servicios que se prestan dentro de la empresa; esto con el objetivo de crear una relación entre el cliente y el catalogo. La observación es otro de los puntos clave para entender mejor que es lo que el cliente busca al asistir al Salón y con que frecuencia recurre.

Para el catalogo impreso, es necesario manejar una paleta de colores que este relacionada al Salón, así como una tipografía agradable para su grupo objetivo.

## **Capitulo II- Problemática**

## **Capítulo II- Problemática**

Luego de analizar el entorno de Salón Fashion Girl, la demanda de diseño que se identificó, fue que el Salón carece con un método de comunicación en físico que pueda contar con material en físico para dar a conocer de forma detallada sus servicios, los productos que utilizan para su realización, los procesos de cada servicio, así como también promociones por temporada.

La finalidad de crear este catálogo impreso es establecer a través de la comunicación y el diseño un vínculo efectivo entre el cliente y la empresa para mejor conocimiento de la información del Salón. Este material se podrá tener en físico dentro del Salón, para facilitar las consultas del cliente, cuando necesite de algún servicio; así como también para nuevos clientes.

### **2.1 Contexto**

Salón Fashion Girl, es un centro de belleza que fue fundado en el año 2008 que busca el mejoramiento del arreglo personal, principalmente es visitado por mujeres, ya que cuenta con servicios variados y según la tendencia actual.

Por lo tanto, teniendo en cuenta la imagen actual y renovada que maneja el Salón, es necesario realizar un catálogo impreso de servicios que sustente la información sobre los productos y servicios con los cuales cuenta Salón Fashion Girl. Su implementación dará al cliente una información más completa y será de gran utilidad tener la realización del servicio en físico a través de la muestra en el catálogo.



## **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

Salón Fashion Girl, no cuenta con un catálogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece SALON FASHION GIRL.

## **2.3. Justificación**

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador- comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud**

Para este año la población actual es de 16, 101, 510. El municipio de Fraijanes, con el dato del Organismo Judicial de estimación de población por municipios, su población era de 49,012. Aunque Fraijanes es un municipio de Guatemala, por su cercanía a la zona 10, y por la población que vive en el sector, se le considera parte de la ciudad; los salones situados dentro de esta misma área son: TUCO, Kbellos Hair Studio & Spa, Bellisimas Salón & Spa, Talkin Heads tanto el de zona 10 como el de Condado Concepción y Peinados Salon, Soleil Salon Hair & Beauty, Salon Lidia y Salon Fashion Girl el cual cuenta con 100 clientes reales y un estimado de 150 clientes potenciales.



### 2.3.2 Vulnerabilidad

Al no tener el catálogo impreso Salón Fashion Girl se provoca que los clientes potenciales, se limiten de conocer los productos y servicios con los que la empresa cuenta, así como también interfiere en el poco reconocimiento que nuevos clientes puedan tener del propio salón.

### 2.3.3 Trascendencia

Con la implementación del catálogo impreso el Salón Fashion Girl tendrá una incrementación de clientes, ya que será de mayor utilidad que sus servicios con sus respectivos procesos estén reflejados en el catálogo, y se dará mayor realce a la imagen del Salón.

### **2.3.4 Factibilidad**

La implementación del catálogo impreso para Salon Fashion Girl, si es factible pues cuenta con los siguientes recursos que lo hacen posible:

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La organización cuenta con el factor humano adecuado y capacitado con el conocimiento, experiencia y habilidades de manejo, funcionamiento de recursos que da la posibilidad de desarrollar las funciones que se realizan dentro de la empresa.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** La organización cuenta con el personal adecuado y necesario para brindar información interna necesaria, para facilitar el área de comunicación del proyecto y desarrollar el material a satisfacción del cliente y del mismo encargado de la empresa.

**2.3.4.3 Recursos Económico.** La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios de presupuesto, que hace posible la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** La comunicadora diseñadora cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para la elaboración, desarrollo, montaje y diseño del catálogo de servicios que Salón Fashion Girl requiere.

## **Capitulo III- Objetivos de Diseño**

## Capítulo III- Objetivos de Diseño

### 3.1 Objetivo General.

Diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece Salón Fashion Girl a clientes actuales y potenciales de Fraijanes.

### 3.2 Objetivos Específicos.

- Investigar conceptos de comunicación y diseño que se manejen en la actualidad, así como tendencias de colores para materiales impresos de salones de belleza.
- Recopilar información con el cliente de las actividades que diariamente manejan dentro del salón, con las cuales se podrá sustentar el contenido del catálogo, para que se realice a gusto del cliente.
- Seleccionar los colores adecuados para el Salón para que el grupo objetivo lo encuentre atractivo a su vista, así como también que cumpla con la línea de colores que resaltan dentro del Salón.
- Fotografiar los procesos que hacen referencia a cada servicio que ofrece Salón Fashion Girl y sus respectivos productos que utiliza.

## **CAPITULO IV-Marco de Referencia**

## CAPITULO IV-Marco de Referencia

### 4.1 Información General del Cliente.

#### 4.1.1 Nombre de la empresa

Salón Fashion Girl

#### 4.1.2 Datos Generales.

**Dirección:** Km 18.5 Carretera a El Salvador, Carril auxiliar hacia Fraijanes, entrada a Residencial Kendal.

**Teléfono:** 5681-3449 / 7823-4595

**Contacto:** Eleonora de Zetino

**Teléfono Celular:** 4269-3988

**E-mail:** [eleonorazetino@hotmail.com](mailto:eleonorazetino@hotmail.com)

#### 4.1.3 Misión

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través de cada uno de los servicios de excelente calidad que Salón Fashion Girl ofrece; así como también nos comprometemos en brindar una óptima atención al bienestar del cuidado personal

#### **4.1.4 Visión**

Ser la principal vía en las preferencias del consumidor, destacando nuestra diversidad de servicios para el cuidado de la imagen personal, así como también lograr el reconocimiento por la excelencia de nuestro trabajo.

#### **4.1.5 Antecedentes de la Empresa**

Salón Fashion Girl es una empresa que se especializa en el cuidado de la apariencia física, principalmente de las mujeres. Se encuentra dando sus servicios desde hace ya 7 años.

Salón Fashion Girl, inició como una planeación a largo plazo de la familia fundadora, la cual se convirtió en un objetivo que se hizo realidad en menos tiempo de lo esperado.

Fue fundado en el año 2008, luego de que se realizara una tesis en la que se planeaba la existencia de un Salón de Belleza dentro del área de Carretera a El Salvador, a pesar de que el resultado de la planeación no fue satisfactoria, la fundadora la Sra. Eleonor de Zetino, decidió poner en marcha el Salón y demostrar que si tendría los alcances satisfactorios.

A lo largo de estos 7 años, Salón Fashion Girl, ha sido el objetivo primordial de 2 tesis, y ha sido así como se ha ido fortaleciendo y desarrollando nuevos servicios a través de los nuevos alcances que se han obtenido luego de los estudios correspondientes de las



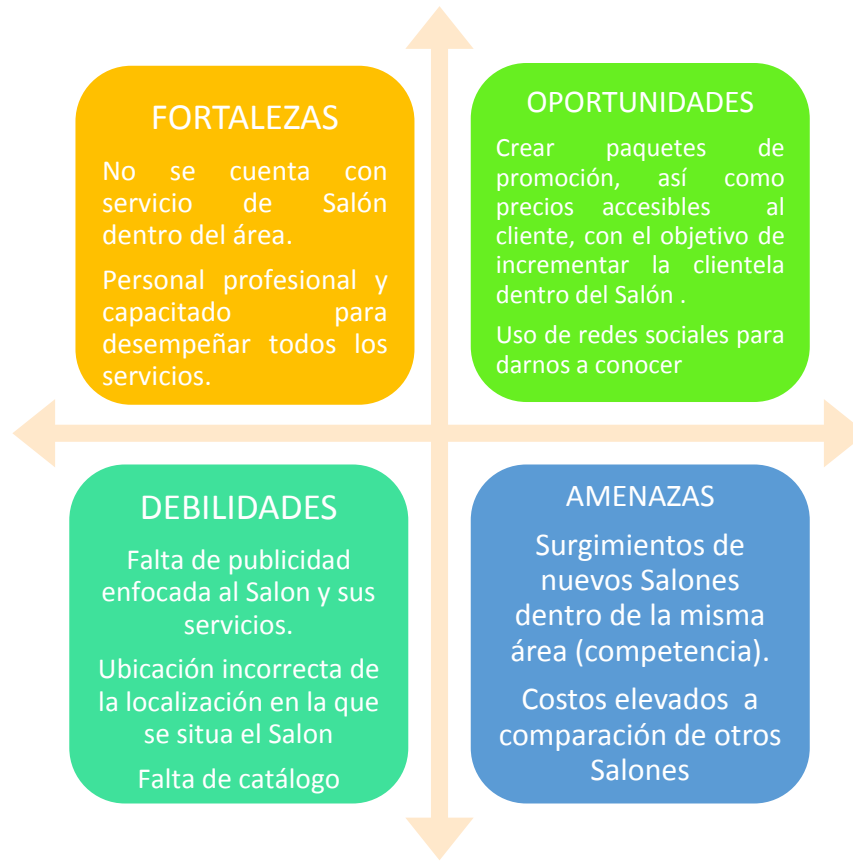
tesis, esta vez fue escogido una vez más pero para una nueva área para tesis, como lo es la Comunicación y el Diseño.

Los servicios que se realizan dentro de Salón Fashion Girl son:

- Manicure
- Pedicure
- Cortes de Cabello
- Tratamientos de Hidratación y Nutrición
- Renovaciones de Estilo
  - ✓ Mantenimiento de estilo
  - ✓ Cepillados Media Onda
- Planchados
  - ✓ Planchados rectos
  - ✓ Planchados entremetidos
  - ✓ Planchados colochos en espiral
  - ✓ Planchado onda completa
  - ✓ Cepillados Rectos
- Cepillados
  - ✓ Cepillados Colochos
  - Color
    - ✓ Tintes Completos
    - ✓ Aplicación de brillo en cabellos rubios o negros
    - ✓ Retoques de Raíz
    - ✓ Rayitos
    - ✓ Luces
    - ✓ Mechas

- ✓ Retoques de Mechas
- Alisados
  - ✓ Alisados Iónicos
  - ✓ Alisados texturizados
- Depilaciones
  - ✓ Cejas
  - ✓ Bigote
  - ✓ Mentón
  - ✓ Patillas
  - ✓ Axilas
  - ✓ Piernas
  - ✓ Brazos
- ✓ Área de Bikini
- ✓ Bikini Completo (Brasileño)
- Peinados
  - ✓ 15 años
  - ✓ Bodas
  - ✓ Casuales
- Maquillajes
  - ✓ Día
  - ✓ Noche (Incluye maquillaje de Fantasía)
- Cortes de Caballero

#### 4.1.6 Análisis FODA



## **Capítulo V- Definición del Grupo Objetivo**

## **Capítulo V- Definición del Grupo Objetivo**

El grupo objetivo al que va dirigido este proyecto es el siguiente:

Mujeres principalmente, es decir clientes actuales y potenciales, con rango de edad entre 18 y 30 años que vivan dentro de toda el área de Carretera a El Salvador, y lugares cercanos a Fraijanes, accesible para niveles socioeconómico C- y C.

### **5.1 Perfil Geográfico**

La República de Guatemala tiene una extensión territorial de 108.890 km<sup>2</sup>, se divide políticamente en 22 departamentos y 337 municipios. Su idioma oficial es el español, aunque también cuenta con variedad de idiomas mayas. Su moneda es el quetzal.

Fraijanes es un municipio del departamento de Guatemala, ubicada en en el área central de la República de Guatemala y hacia el sur del área capitalina. El distrito municipal es Fraijanes. Que se encuentra a 28 kilómetros de la ciudad capital. Se encuentra a una altura de 6500 pies sobre el nivel del mar. El acceso al poblado se encuentra por el Km 18.5 Carretera hacia El Salvador.

El municipio de Fraijanes es un municipio del departamento de Guatemala ubicado en los límites de dicho departamento y que colinda con los municipios de Santander Catarina Pink la y San José Pinula, es un municipio con enorme potencial de progreso y desarrollo debido a su abundancia en recursos naturales.

Colinda al norte con Santa Catarina Pínula, al este con San José Pínula, Barberena y Santa Cruz naranjo, al sur con Santa Cruz Naranjo, Barberena y villa canales; al este con

Santa Catarina Pínula y Villa Canales.

El 27.85% del municipio está integrado por fincas y el porcentaje restante está compuesto por 3 aldeas, 1 asentamiento, 9 caseríos, 16 colonias, 19 condominios, 8 otras y 1 pueblo.

## 5.2 Perfil demográfico

Estos datos son según el Folleto Demográfico de Multivex, Censo 2002, actualizado 2015.

El grupo objetivo son mujeres y en su minoría hombres, la definición del grupo objetivo según la tabla de niveles socioeconómicos entre C- y C.

Las características de estos niveles socioeconómicos son: educación media y superior, con ocupaciones laborales de comerciantes, ejecutivos, cuentan con ciertos bienes de comodidad además de los electrodomésticos básicos.

Su población estimada (INE, 2002) es de 49,012 habitantes, es esta población el grupo objetivo el que se encuentra dirigido este proyecto.

La población se divide de la siguiente manera:

**Población Total:** 49,012

**Población por Área:**

Población por Sexo:

- Hombres: 26,507

Mujeres: 22,505

- **Urbano:** 31,057

- **Rural:** 17,955

**Hogares en Total:** 9,867

- **Urbanos:** 6,766
- **Rural:** 3,101
- **Índigena:** 2310
- **No indígena:** 46,702

**Nivel Socioeconómico:**

- **ABC1:** 932
- **C2:** 8,385
- **D:** 13,354
- **E:** 8,385

**Idioma o Lengua:**

- **Maya:** 1847
- **Xinca:** 11
- **Garífuna:** 3
- **Ladina:** 46,928
- **Otra:** 222

**Raza:**

**5.3 Perfil Psicográfico**

Según los datos obtenidos en la entrevista con el contacto inmediato del Salón Fashion Girl (2015) son personas que desempeñan diversas actividades que buscan la manera de siempre cuidar su apariencia física, con bienes propios o en algunos casos dependiendo de alguien como en el caso de los jóvenes.

Con personalidad enérgica, innovadora y positiva, con deseos de mantenerse bien y mostrar una buena imagen a los demás.

Algunos de los que asisten al Salón practican algún deporte, se comunican a través de redes sociales, así como escuchar radio y ver televisión, con uso de dispositivos móviles.

**5.4 Perfil Conductual**

Según la entrevista con el contacto inmediato Eleonora de Zetino, los clientes asisten al Salón algunas diariamente para algo simple como lo es un cepillado o planchado.

Otras cuando existen eventos importantes a los cuales quieren ir impecables, asisten para peinados, maquillaje. Así también se cuentan con clientes que asisten para mantenimiento físico, ya sea en uñas, cabello, piel.



## **Capítulo VI: Marco Teórico**

## Capítulo VI: Marco Teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o Servicios

**6.1.1 Conocimiento.** Entendimiento, inteligencia, razón natural.

**6.1.2 Servicio.** Acción y efecto de servir.

**6.1.3 Ofrecer.** Comprometerse a dar, hacer o decir algo.

**6.1.4 Salón.** Instalación donde se exponen con fines comerciales los productos de una determinada industria

**6.1.5 Salón de belleza.** Establecimiento donde se presta a los clientes servicios diversos de peluquería, depilación, manicura, cosmética

**6.1.6 Cliente.** Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa

**6.1.7 Clientes reales.** Los clientes con los que actualmente cuenta la empresa.

**6.1.1.8 Clientes potenciales.** on los posibles clientes que aún no lo son pero que van en camino a convertirse en reales.

### **6.1.1 Manicure**

Es el cuidado de las manos, es decir un pequeño proceso para lograr tener unas manos hidratadas y suaves. Tiene como objeto conservar las manos y uñas en un óptimo estado al igual que lucir unas uñas más lindas y elegantes mediante aplicación de cremas. Existen diferentes clases de manicure: Largo, incluye limpieza, el masaje de brazos y mascarillas; corto, masaje en las uñas; polish, es un manicure para caballeros; aceite, ayuda a recuperar la humedad y aceite perdido por el uso de químicos o detergentes; artístico, para ocasiones especiales.

### **6.1.2 Pedicure**

Es un tratamiento cosmético para el cuidado de los pies, muy similar al manicure; trata las células muertas de la piel en la parte inferior de los pies así como la exfoliación, aplicación de cremas hidratantes y masajes breves.

### **6.1.3 Cortes de Cabello**

Cada año se crean nuevas tendencias, y en este 2015 se manifiestan también en cortes de pelo muy innovadores de acuerdo a las exigencias del cliente. Entre los cortes que se pueden mencionar para este 2015 son: Melena Midi, sobrepasa los hombros, se lleva recto sin capas y es poco trabajado en el área de las puntas, queda perfecto en rostros ovalados. Corte pixie, para resaltar mejillas y en rostros ovalados. Bobs con textura, es un corte minimalista con pequeños flequillos. Pixie con textura, un poco más largo en la parte superior de la cabeza y más corto en la parte del cuello. Bobs asimétrico y con ondas bed head, apto para la mayoría de rostros. Melena effortless, ondas de sirena suaves a la altura de la clavícula y mucho volumen.

### **6.1.4 Tintes**

Sustancia que le da color al cabello sobre uno ya existente, mediante un procedimiento de cambio de color, restaura el color original del cabello para luego ser decolorado mediante diferentes procesos de decoloración inducida.

### **6.1.6 Depilaciones**

Según la Enciclopedia Oceano, existen diversos motivos por los cuales el pelo no es deseado en ciertas partes del cuerpo, esto ligado a factores sociológicos y fisiológicos, o bien a cultura y moda.

Existen diferentes sistemas de depilación entre ellos: con cera caliente, es el mas utilizado y el mas practico. Con cera fría, es mas liquida y rápida su aplicación ya que se requiere que seque la resina. Con cremas depiladoras, consiste en aplicar sobre la piel y es asi como secciona el pelo a nivel superficial. Maquinas de afeitar, es económico, rápido y media vez no se produzcan cortaduras es preferible.

### **6.1.7 Peinados**

En los últimos días se ha puesto muy de moda los peinados casuales como las trenzas pero también ciertos peinados para eventos más formales dejando a un lado lo casual, entre los peinados más solicitados hoy en día se encuentra, flequillo, trenzas que no requieren de uso de productos químicos, uso de moños o coletas.

**6.1.8 Maquillajes.** Consiste en decolorar la piel a pase de ciertos polvos o cremas de belleza, se compone de diversos elementos con funciones determinadas para cada area del rostro. Existe maquillaje de dia, de noche y casual.

**6.1.9 Masajes Faciales.** Según la Enciclopedia Oceano, un masaje facial es un conjunto de técnicas en lisajes o manipulaciones manuales que se realizan en el cutis de una persona de

manera rigurosa. Esto con el fin de que los tejidos del rostro conserven por mayor tiempo posible ese aspecto jovial y la elasticidad posible.

Sus propiedades básicas son: activar la circulación sanguínea linfática, aumentar la producción de glóbulos rojos, acelerar la producción de células nuevas y eliminar toxinas.

Existen diferentes clases de masajes entre ellos: masaje de frotamiento, masaje de amasamiento o malaxion, masaje de percusión.

## **6.2 Conceptos fundamentales, relacionados con la Comunicación y Diseño**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación.**

**6.2.1.1 Concepto de la Comunicación.** Según Carlos Ongallo (2007), comunicación es el proceso de intercambio de información por el que existe un emisor que transmite información a un receptor, a través de la relación interhumana la cual permite un entendimiento con el objetivo principal de informar e influir en la mente del receptor.

**6.2.1.2 Elementos de la Comunicación.** Según German Ferrari, (2001) Dentro de los factores que hacen posible la comunicación entre dos o varios interlocutores están los siguientes:

- Emisor, que es quien envía el mensaje y quien inicia el dialogo
- Receptor, es quien recibe el mensaje
- Mensaje, la información que es enviada al receptor por parte del emisor y viceversa por medio de una retroalimentación.

- Contexto, es el tema al que se hace referencia cuando se habla
- Contacto, es el canal o medio por el cual se transmite la información
- Código, lenguaje compartido entre el emisor y receptor para la comunicación como por ejemplo el idioma en el que se habla.

**6.2.1.3 Propósitos de la Comunicación.** Los propósitos de la comunicación son informar, persuadir y convencer a alguien o a determinado grupo de personas sobre determinada información.

Según Aristóteles, la comunicación es la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance y mencionó que la persuasión es uno de los principales propósitos de la comunicación; otro de los objetivos era informar y también entretener.

Según la teoría conductista que hace referencia a la conducta humana y la naturaleza del lenguaje conceptualiza la razón para decir que el uso de el lenguaje por cualquier medio tiene una perspectiva persuasiva, y que es imprescindible el uso de la persuasión para una buena comunicación y transmisión del mensaje.

**6.2.1.4 Factores que interfieren en la Comunicación.** Según Carlos Ongallo (2007), dentro de la comunicación existe cierta interferencia que impide una óptima comprensión del proceso, se conoce como ruido a lo que dificulta o aísla el proceso, ya que estos de manera notoria alteran el mensaje

a través de distorsiones, malentendidos y desvíos del contenido a causa del entorno.

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el Diseño.**

**6.2.2.1 Concepto de diseño.** Según Reimer Design, Diseño es la organización y el proceso del uso de elementos para cumplir una función, es la integración de requerimientos de distintos ámbitos y las necesidades sociales, psicológicas, económicas, en el que interviene la forma, el color, volumen y espacio.

Según Reimer Design, profundizando al concepto de diseño gráfico lo define como una actividad creativa en el que no solamente se centran la imagen sino también el análisis para la realización de todo material gráfico en busca de soluciones visuales a los problemas de comunicación. Lo que todo diseñador gráfico busca es proveer las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual encontrada.

**6.2.2 Elementos de Diseño.** Existen cuatro grupos de elementos:

- Elementos Conceptuales.
- Punto, indica posición; línea, cuando un punto se mueve traza una línea que es su recorrido; plano, es el recorrido de una línea en movimiento; volumen, cuando un plano en movimiento.
- Elementos Visuales.
- Dentro de estos elementos, están la forma, medida, color, textura.
- Elementos De relación.



- Dentro de estos elementos están dirección, posición, espacio y gravedad.
- Elementos Prácticos.
- Dentro de estos se encuentra la representación que es cuando la forma a sido derivada de algo de la naturaleza o modificado por el ser humano. El significado es cuando el diseño transporta un mensaje; función es cuando el diseño debe servir un determinado propósito.

### **6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias Auxiliares.**

**6.3.1.1 Semiología.** Es la ciencia que estudia los signos y analiza los símbolos producidos por el ser humano y se enfoca en el estudio de comunicación entre los seres humanos.

**6.3.1.2 Lingüística.** La definición de lingüística, se especifica como el estudio de la estructura de las lenguas naturales como el conocimiento que los mismos hablantes tienen de la propia lengua. La lingüística, estudia las leyes que mandan en el lenguaje y comprender el funcionamiento general del amplio mundo de la lingüística relacionado a la comunicación y todo lo que en ella se compone.

**6.3.1.3 Antropología.** Estudia al hombre en el pasado y en el presente sin importar su cultura.

Es de ella que se desglosan dos ramas como lo es la antropología física que se enfoca principalmente en la evolución del hombre, la biología del ser humano aplicando las ciencias naturales; También, existe la antropología social y cultural

que es la que estudia los registros de los diferentes estilos de vida ante determinadas culturas y las influencias de los procesos de modernización y occidentalización.

**6.3.1.4 Sociología.** Es la ciencia social que se centra en el estudio de las relaciones entre individuos, así como las leyes y normas que existen para interactuar dentro de la sociedad humana. Su objetivo de estudio son las relaciones interpersonales que se dan entre los grupos sociales, ya que analiza los distintos tipos de organización que maneja cada grupo social en base a componente y estructura social establecida bajo diversos factores.

**6.3.1.4 Psicología.** Es la ciencia encargada del estudio y análisis del comportamiento de diversos factores como lo son la religión, la sociedad, la política, la economía, el factor biológico también juega un papel importante dentro de la psicología, ya que el objetivo principal de la psicología es enfatizar en las razones por las cuales el ser humano actúa de diferentes formas y como esto lo refleja en su estilo de vida.

**6.3.1.5 Psicología del Consumidor.** Estudia el comportamiento de los compradores con el objetivo de llegar a comprender que factores interfieren en la compra desde el punto de vista psicológico, esto ayuda mucho a reconocidas marcas, ya que ellas son quienes mejor han sabido manejar la psicología del consumidor, ya que cuando el comprador opta por una reconocida marca ya va en la búsqueda del estatus al

inclinarse a una determinada firma; dentro de otros de los factores que también influyen están los valores culturales y la relación con el entorno donde el comprador se relaciona.

**6.3.1.6 Psicología de la Comunicación.** Es la combinación entre el proceso de comunicación mencionado anteriormente, y la relación con la psicología, teniendo en cuenta a los consumidores y la manera como la cual se les hace llegar la información, siendo una de las estrategias publicitarias el manejo del subconsciente de los consumidores.

**6.3.1.7 Psicología Social.** Siendo una rama más de la psicología, determina la forma en la cual funciona la sociedad y también la interacción social y sus diferentes características, el estudio es mutuo entre el individuo y el entorno en el cual habitan.

En la psicología social existen diferentes enfoques: el conductismo, el psicoanálisis, la psicología posmoderna y la perspectiva de los grupos.

**6.3.1.8 Cibernética.** Está vinculada con la teoría generalizada de sistemas; ocupándose de el mando, el control, las regulaciones y el gobierno de sistemas.

Tiene como propósito desarrollar el lenguaje y técnicas que nos permitan atacar problemas de control y comunicación en todos los ámbitos. También, contempla el control de los organismos vivos que los de las maquinas.

Norbet Wiener, uno de los fundadores de la cibernética, origino la palabra de el lenguaje griego, palabra la cual puede traducirse entre varias palabras entre ellas piloto y regulador.

### **6.3.2 Artes.**

**6.3.2.1 Arte Digital.** Es otra de las combinaciones que se dan en temas de la actualidad, es así como el arte digital relacionado con la tecnología, innovando a través del arte tradicional acoplado a la tecnología.

**6.3.2.2 Artes Gráficas.** Es indispensable tomarla en cuenta para la realización de este proyecto, ya que bajo esto se fundamenta la realización de el catalogo para este proyecto. Dentro de las artes graficas, se maneja técnicas, trabajos relacionados a la parte editorial del diseño grafico, es de acá donde nace la litografía, la fotomecánica, sistema offset y mecanismos utilizados para la impresión de documentos con diseño editorial.

**6.3.2.3 Fotografía.** La fotografía, se detalla como el diseñar o escribir con luz, ya que por medio de una fotografía se captura imágenes mediante una cámara fotográfica que es parte de la era de la tecnología de hoy en día, la cual es sensible a la luz. Para este proyecto el enfoque que se le da es artístico y estético ya que es la conservación de un momento único en el que se refleja el servicio perteneciente al Salón.

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Es la rama de la psicología que fundamenta la relación que existe entre el color, la interpretación y percepción que se genera al público, el buen

manejo de los colores en uso a lo que cada uno transmite genera un éxito entre la concordancia entre el diseño gráfico y la psicología del color.

La psicología del color, se basa en nuestra cultura, es por eso que es utilizado para influir en nuestro estado de ánimo, tal es el caso que hasta influye en el actuaren una manera determinada. Es por ello, que en publicidad se deben emplear los colores con mucho ingenio.

**6.3.3.2 Teoría Gestalt.** Actualmente es utilizada en psicoterapia y resolución de problemas; siendo así que se enfoca en las vivencias subjetivas, trabaja con una concepción del ser humano como agente capaz de desarrollarse de forma libre y autónoma.

#### **6.3.4 Tendencias**

**6.3.4.1 Cubismo.** El término se originó en 1906, tratándose como tema: “Precisión de los cubos”. Definiéndolo como un todo reducido a esquemas geográficos, en específico a cubos.

Teniendo como idea revalorizar la importancia del volumen y la reconstrucción plástica.

El Cubismo juega con la visión del ser humano, ya que es una representación de los objetos uniéndolos desde diversos puntos de vista; haciéndolo parecer una visión de perfil y de frente un rostro.

**6.3.4.2 Vintage.** Se refiere a lo que tenga que ver con la creatividad y la de épocas pasadas reutilizándolas en el presente.

Las modas de épocas pasadas han resurgido debido a que los intereses cambian fácilmente y son parte de un nuevo grupo objetivo tal y como pasa con la tendencia vintage.

**6.3.4.3 Minimalismo.** Maneja un concepto “menos es mas”, en diseño gráfico tiene características propias de estilo, entre ellas abstracción, economía del lenguaje, purismo estructural y funcional, orden, reducción, síntesis, sencillez y concentración.

## **Capítulo VII- Proceso de diseño y propuesta preliminar**

## Capítulo VII- Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Debido a que la implementación de la comunicación y el diseño es imprescindible para la realización del Catálogo de servicios, contar con la aplicación de varias ciencias entre ellas:

**7.1.1 Comunicación.** La comunicación se usará, adaptando el esquema donde el emisor será el salón de belleza “Fashion Girl”, el canal será el catálogo, el contenido del mismo el mensaje, y el receptor son las clientas actuales y potenciales.

**7.1.2 Diseño.** Se utilizará teniendo en cuenta que la diagramación fue la base de los elementos gráficos a utilizar en base a la línea gráfica de la empresa.

**7.1.3 Semiología.** Tomando en cuenta las fotografías utilizadas, que forman parte de la semiología, se puede decir que, se tomaron las fotografías que específicamente demuestran lo relacionado a los servicios del salón, es decir, fotos modelo de lo que se ofrece.

**7.1.4 Cibernética.** Puesto que la tecnología se encuentra a la orden del día, se elaboró el catalogo, con la idea de que en algún tiempo determinado pudiera subirse a la web y así fácilmente convertirlo a un PDF interactivo.

**7.1.5 Psicología del consumidor.** Según la percepción del ser humano, los colores y formas influyen en su comportamiento, es por eso que se busco la manera de mantener la línea gráfica del catalogo, respecto a colores y posiciones de ciertas fotografías, esto con el objetivo de mantener un contenido agradable al lector.



**7.1.6 Psicología del color.** Al igual que con la psicología del consumidor, esta se especifica de manera más profunda en los colores utilizados y el porqué de su uso dentro del catálogo, es por ello que se utilizó justamente los colores que representan al salón.

**7.1.7 Teoría del color.** La saturación referente a colores, es muy común en los catálogos, es por eso que en el catálogo de Fashion Girl, se alternó colores con fotografías para darle una tonalidad más fresca a la imagen del catálogo.

**7.1.8 Fotografía.** El contenido del catálogo se basa, específicamente en fotografías, ya que lo que se busca es llamar la atención del cliente de la empresa para que conozca los servicios del salón y que más que tener un ejemplo fotográfico del servicio.

**7.1.9 Tendencia Vintage.** Por ser un Salón que ya lleva años de existencia, se busca mantener una imagen intermedia, así como también combinar esta tendencia, recordando que se tiene variedad de edades en el grupo objetivo.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Concepto Creativo**

Frase Conceptual: La belleza es el despertar interior, plasmado en tu apariencia física. Se conceptualizó en esta frase ya que el material a realizar es un catálogo de servicios en el que se especifican diversos servicios para el cuidado de la apariencia física de las personas, principalmente de las mujeres.

### 7.2.1 Método

- **El arte de preguntar:** Esta técnica nació también del creador de Brainstorming, Alex Osborn, con la intención de indagar y explorar el problema, relacionando una serie de preguntas que ayuden a resolver de manera creativa el problema, entre ellas: ¿Cuándo? ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Para quién?

Fue importante el uso de esta técnica para tener una idea básica del modelo que se debía hacer para el catálogo, para plasmar las ideas.

- **Mapa mental:** Fue creada por el psicólogo Tony Buzan, en los años 90, es empleada para fomentar la creatividad de quien lo pone en práctica. A través de la conceptualización a través del mismo, se plasma de manera gráfica las ideas relacionadas al tema central que en este caso se realizó a través de lo relacionado al salón.

#### 7.2.1.1 Aplicación del método.

- **El arte de preguntar.**
  - Lista las preguntas y sus respuestas.

Ver imagen en anexo #3

- **El Mapa Mental.**
  - Imagen del mapa.

Ver imagen en anexo #3

### 7.2.2 Concepto creativo.

Después de aplicar las técnicas creativas, se llegó a la frase “**Belleza, despertar interior, reflejado en ti**” que se aplicará como eslogan / inspirará el diseño basado en la tendencia vintage; puesto que la tendencia vintage fue seleccionada por el grupo objetivo del catálogo y porque dentro de el se pusieron fotos reales de las clientas que reflejen el slogan antes mencionado.

### 7.3 Bocetaje

Dado que la empresa no cuenta con ningún material impreso que especifique los servicios, es importante realizar una diagramación y diseño de cómo se realizara, esto se realiza a través de dibujos, esquemas que se culminan con una parte final digital.

#### Tabla de requisitos:

<b>Elemento Gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Color	Continuar con la línea de colores de la empresa.	Ilustrador: Manejo de Colores según la paleta de colores sólidos.	Innovación, minimalismo
Diagramación	Dar una percepción visual de organización de los elementos.	Indesign: a través de la maquetación se lograra realizar el ordenamiento	Claridad y estabilidad
Tipografía	Ser de utilidad para	Indesign: 3 tipos de	Organización e

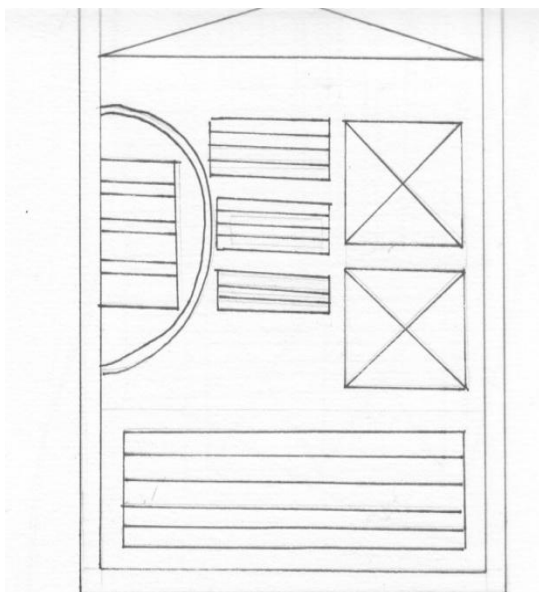
	el lector, y que pueda leer claramente	tipografía descargada de la web	innovación
Fotografía	Ilustrar cada uno de los servicios del salón de forma precisa	Photoshop: para retoque de fotografías	Curiosidad
Estilo	Unificar uso de las imágenes y el contenido bajo una misma línea de diseño	Indesign	Identidad

### 7.3.1 Boceto a base de dibujo natural

Concepto inicial de lo que se quiere comunicar a la empresa, a través de conceptos gráficos y precisos de las ideas iniciales.

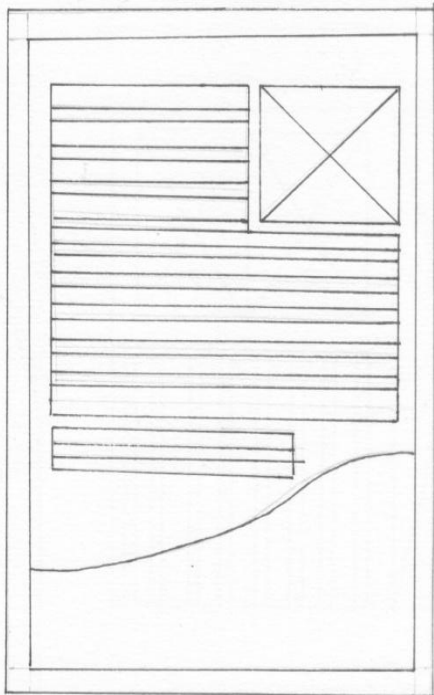
A continuación, se encontrará el desglose de las partes en las que se dividirá el catálogo impreso.

A continuación desglose de las partes en las que se dividirá el catálogo:



- ← Logo
- ← Izquierda: Promociones
- ← Derecha: fotografías de servicios
- ← En medio titulo del catalogo
- ← Dirección y datos de la empresa

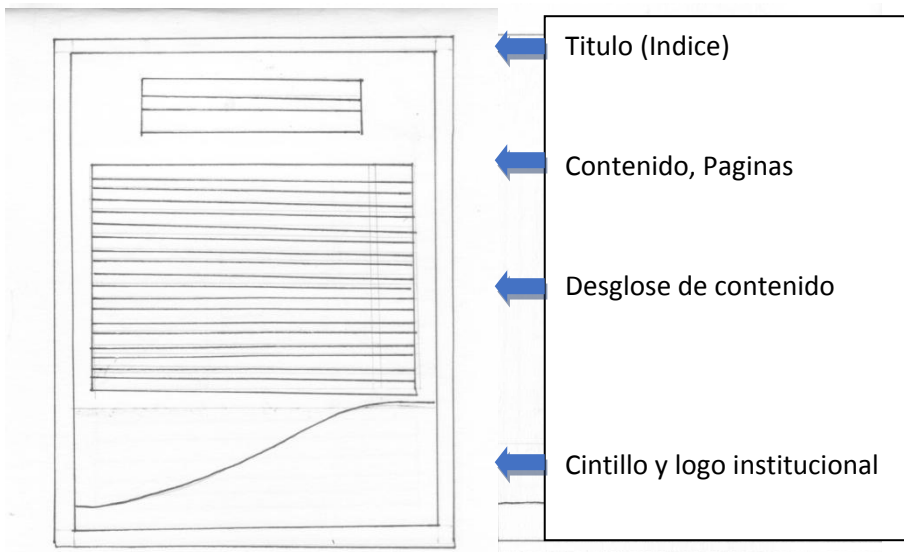
Portada: Se muestra la imagen principal con la que el catálogo se presentará



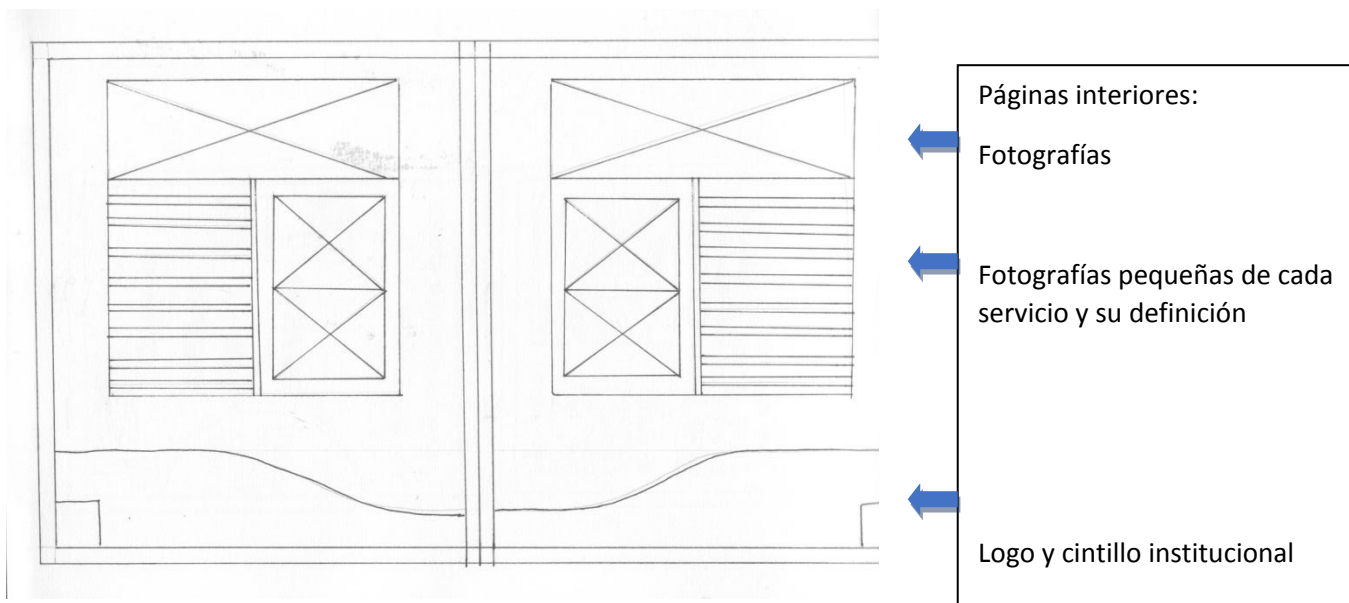
- ← Fotografía del equipo de trabajo
- ← Breve historia de la empresa
- ← Cintillo institucional y logo

Contraportada: Como un cierre al catálogo se muestra el boceto de lo que será una fotografía de el equipo de trabajo del Salón, acompañado de una breve historia de la empresa.

## Índice



Índice: Orden y páginas de todo lo que contiene el Salón respecto a información



Páginas interiores: Dentro de ellas, se especifica cada uno de los servicios que se manejan dentro del salón; sin dejar a un lado la imagen de la empresa.

### 7.3.2 Proceso bocetaje formal

#### Portada y contraportada



Portada: Se muestra la imagen principal con la que el catálogo se presentará



Contraportada: Como un cierre al catálogo se muestra el boceto de lo que será una fotografía de el equipo de trabajo del Salón, acompañado de una breve historia de la empresa.

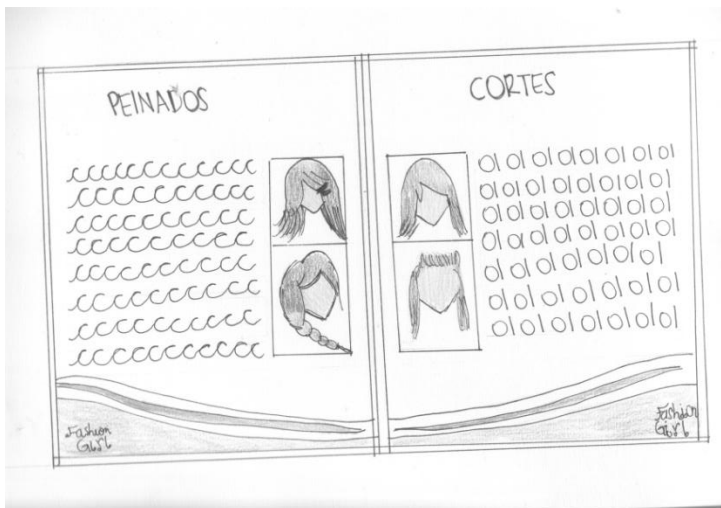
## Índice

INDICE	
CONTENIDO	PÁGS
Peinados.....	1
Cortes.....	2
Manicure.....	3
Pedicure.....	4
Faciales.....	5

Fashion Girl

Índice: Orden y páginas de todo lo que contiene el Salón respecto a información

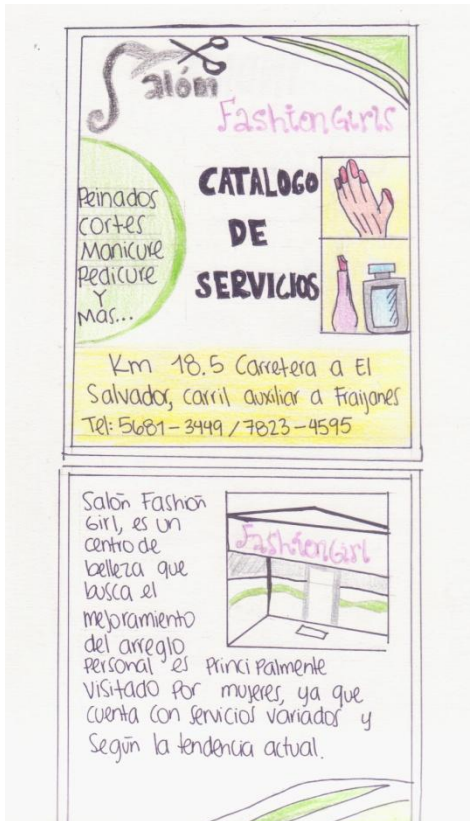
## Páginas interiores



Páginas interiores: Dentro de ellas, se especifica cada uno de los servicios que se manejan dentro del salón; sin dejar a un lado la imagen de la empresa.



## Portada y contraportada



Portada: Se muestra la imagen principal con la que el catálogo se presentará

Contraportada: Como un cierre al catálogo se muestra el boceto de lo que será una fotografía de el equipo de trabajo del Salón, acompañado de una breve historia de la empresa.

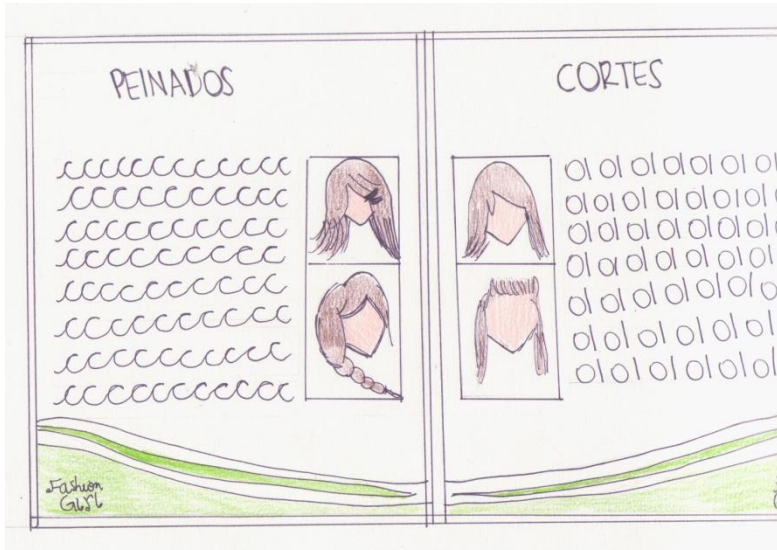
## Índice

CONTENIDO	PÁGS
Peinados	1
Cortes	2
manicure	3
Pedicure	4

The table is hand-drawn and includes a decorative wavy line at the bottom with the 'Fashion Girls' logo.

Índice: Orden y páginas de todo lo que contiene el Salón respecto a información

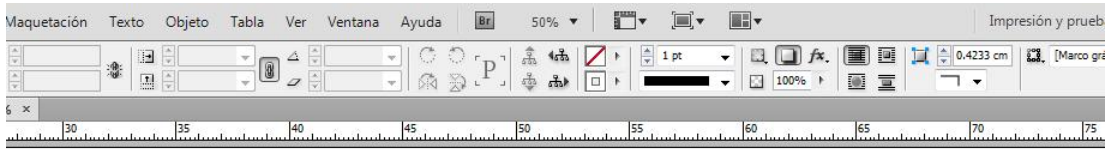
## Páginas interiores



Páginas interiores: Dentro de ellas, se especifica cada uno de los servicios que se manejan dentro del salón; sin dejar a un lado la imagen de la empresa.

### 7.3.3 Digitalización

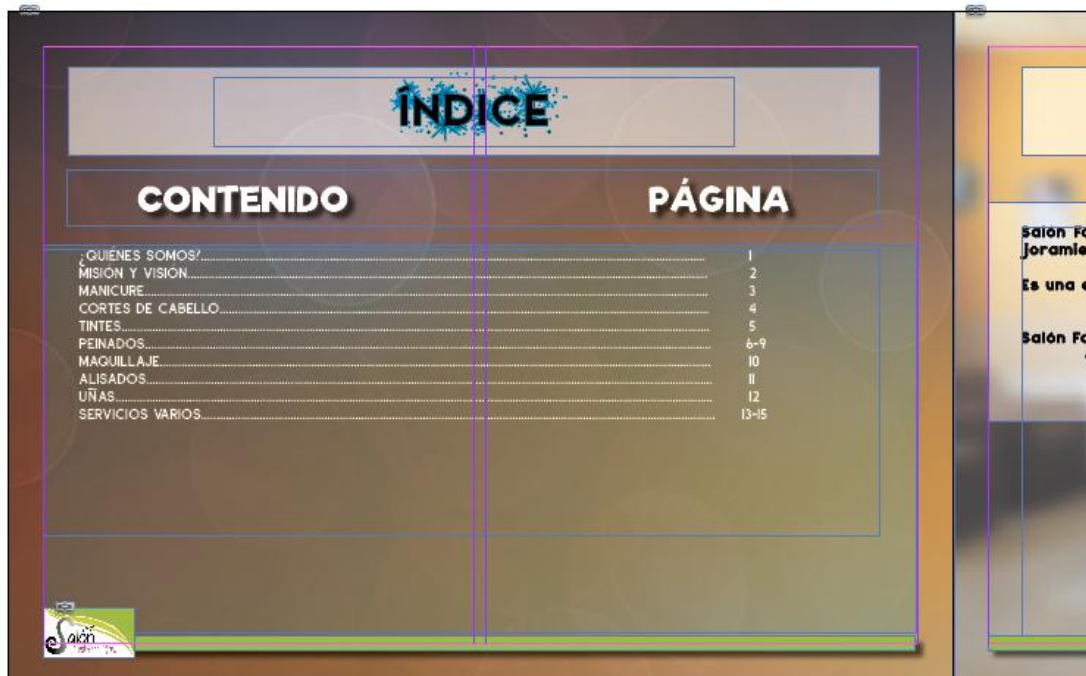
Portada- 13” de ancho por 8,5” de alto



*En el programa In desing, se abrió un espacio de 13,38” de ancho X 9,44” de alto y se aplicó un fondo degrade de una fotografía general del Salón. Así como también algunas fotografías de los servicios del Salón.*

*Como parte de su imagen, se incluyo el logo del Salón en la parte superior, mientras que en la parte inferior, su dirección y números de teléfono.*

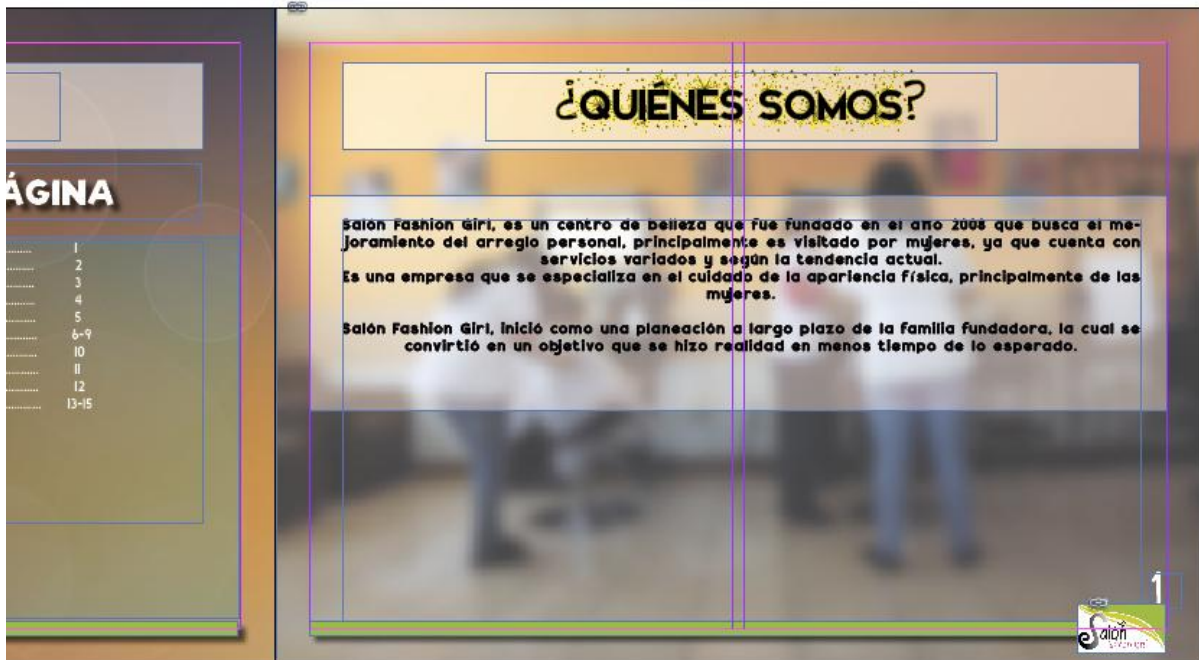
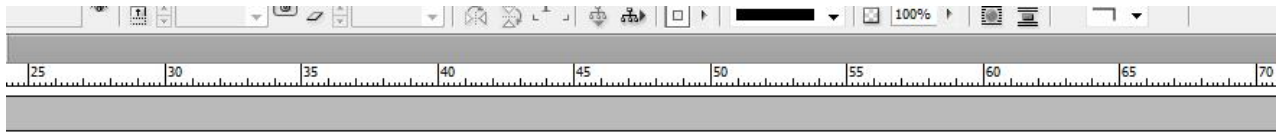
Creación de índice.



Índice- 13,38” de ancho X 9,44” de alto

*Se incluyen todos los servicios que se manejan dentro del Salón acompañados de la pagina en la cual se encuentran. Se aplicó un fondo degrade de una fotografía general del Salón.*

Creación de segmento -¿Quiénes somos?-

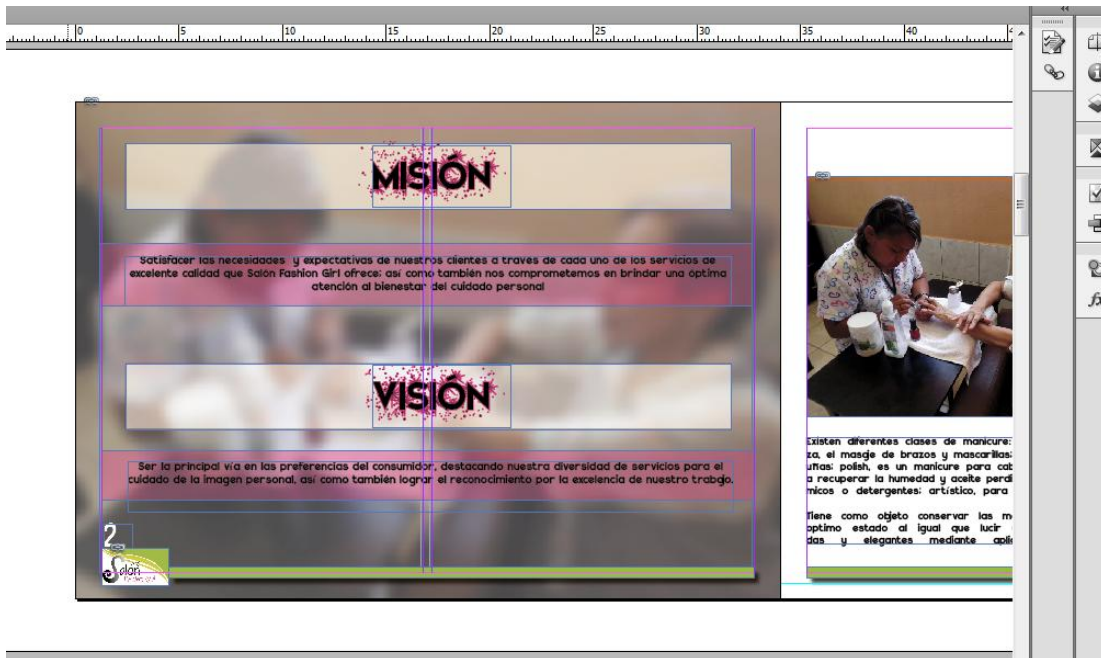


*¿Quiénes somos? Dentro de ella se especifica la breve historia del Salon*

*Se aplicó un fondo de desenfoque en la cual se logra ver a las empleadas del Salon ejerciendo un servicio de belleza.*

*Medidas 13,38” de ancho X 9,44” de alto*

## Creación de misión.



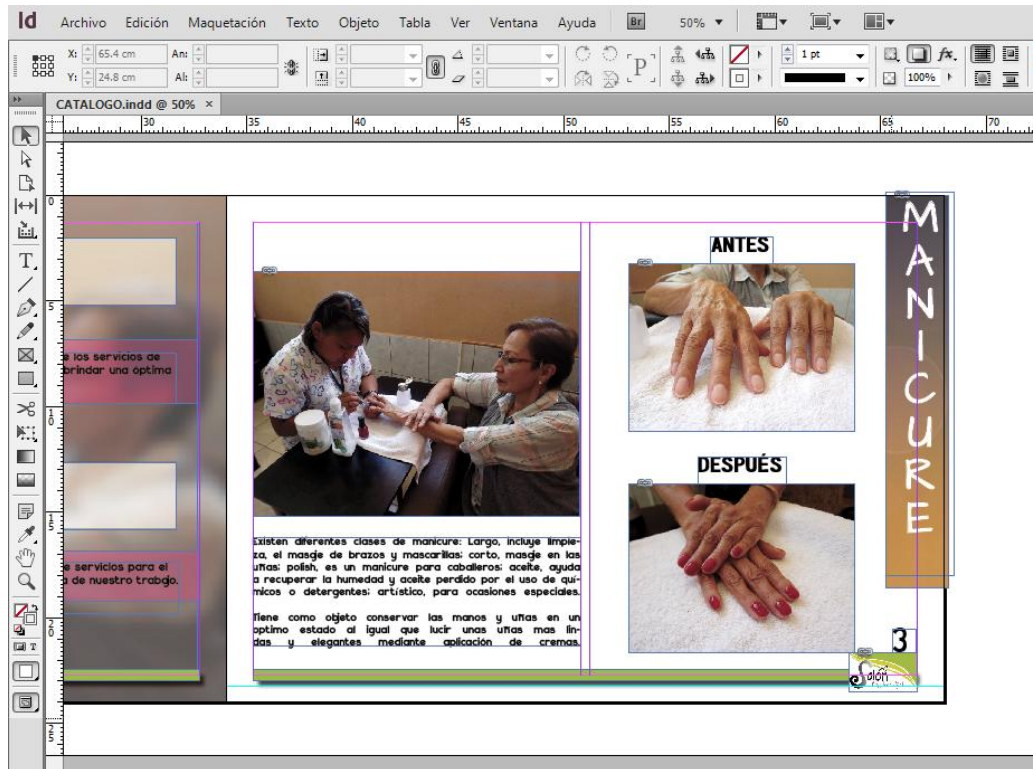
*Misión y Visión- Dentro de ella se define las bases y objetivos de la empresa-*

*Ya que es una empresa formal, cuenta con la información de misión y visión.*

*Se aplicó un fondo de desenfoco en la cual se logra ver a las empleadas del Salon ejerciendo un servicio de belleza.*

*Medidas 13,38” de ancho X 9,44” de alto*

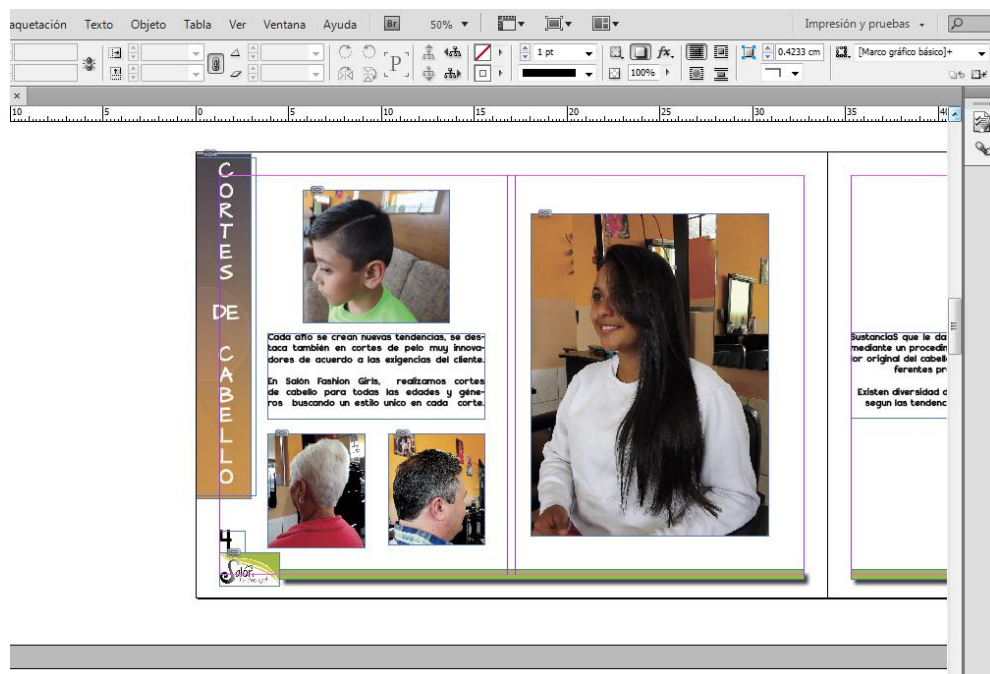
## Creación de Manicure.



*Servicios, en esta página se desglosa uno de los servicios que es el manicure, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*- medidas 13,38” de ancho X 9,44” de alto*

## Creación de cortes de cabello.



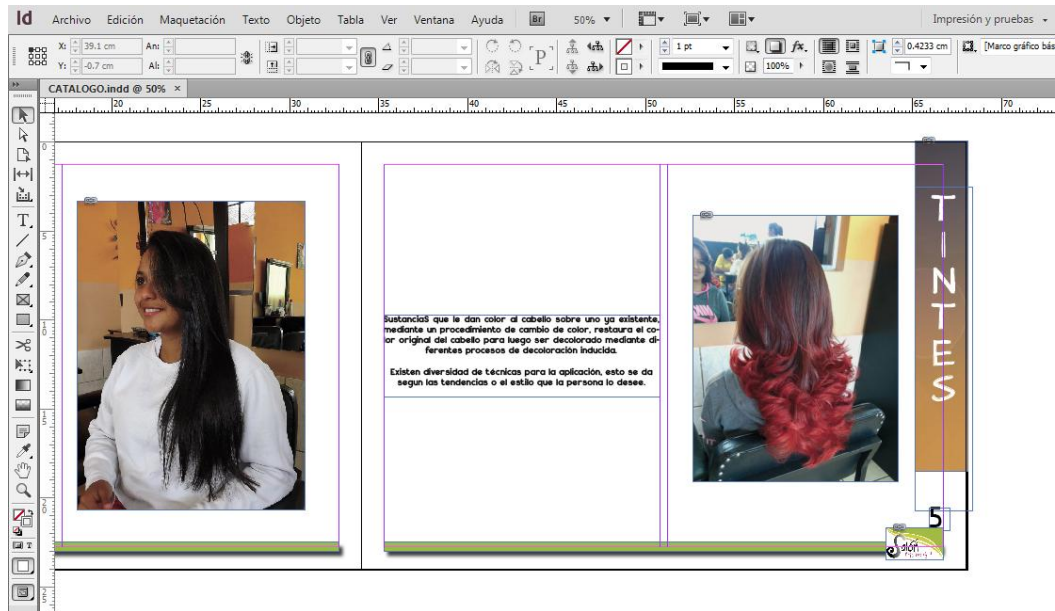
### *Sección de Cortes de Cabello-*

*En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de cortes de cabello, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*Medidas 13" de ancho por 8,5" de alto*



## Elaboración de tintes.

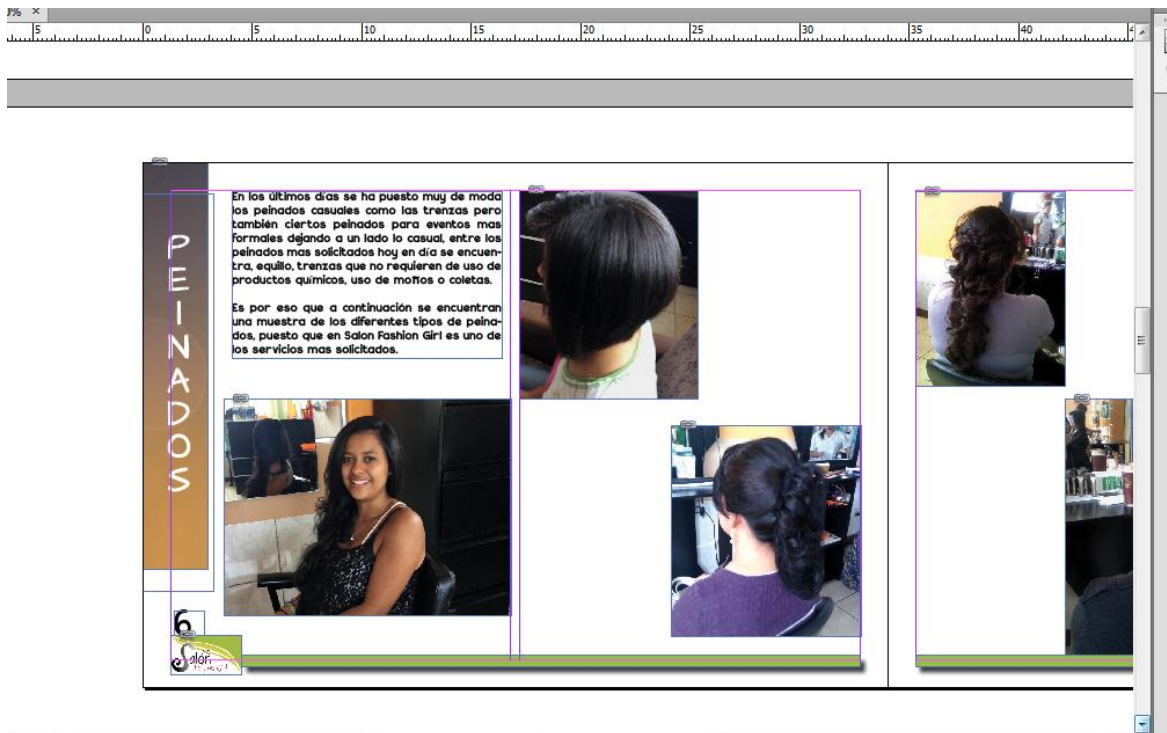


### Sección de tintes-

En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de tintes, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.

Medidas 13” de ancho por 8,5” de alto

## Elaboración de peinados.

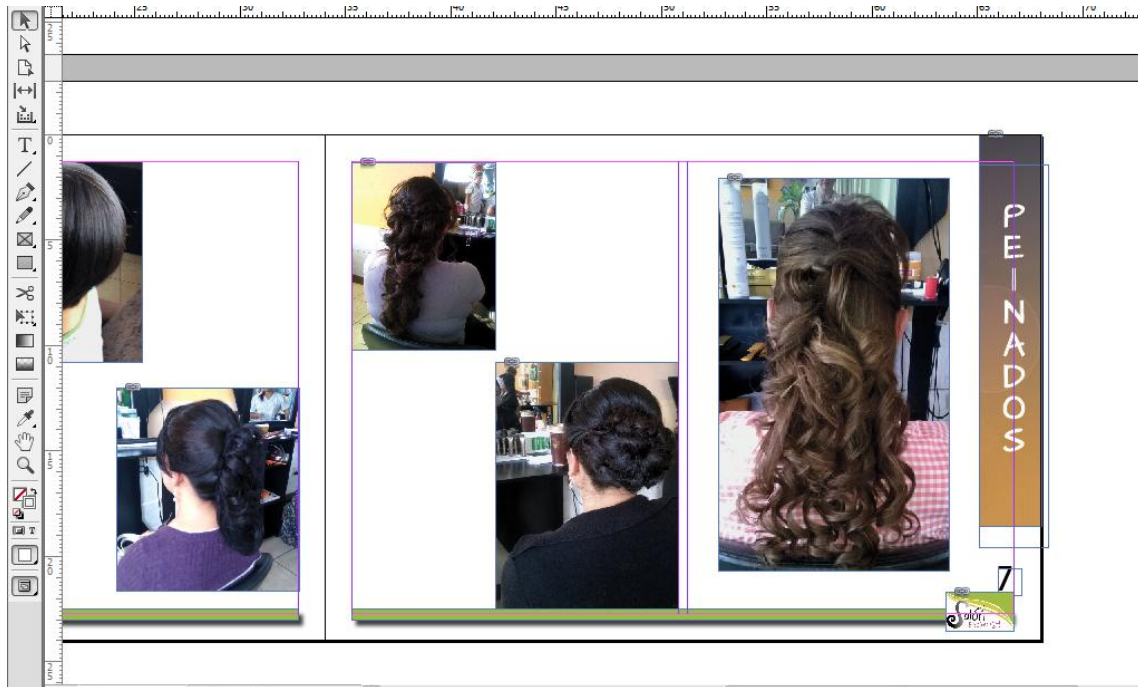


### Sección de peinados-

En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de peinados, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.

Medidas 13” de ancho por 8,5” de alto

## *Elaboración de Peinados.*

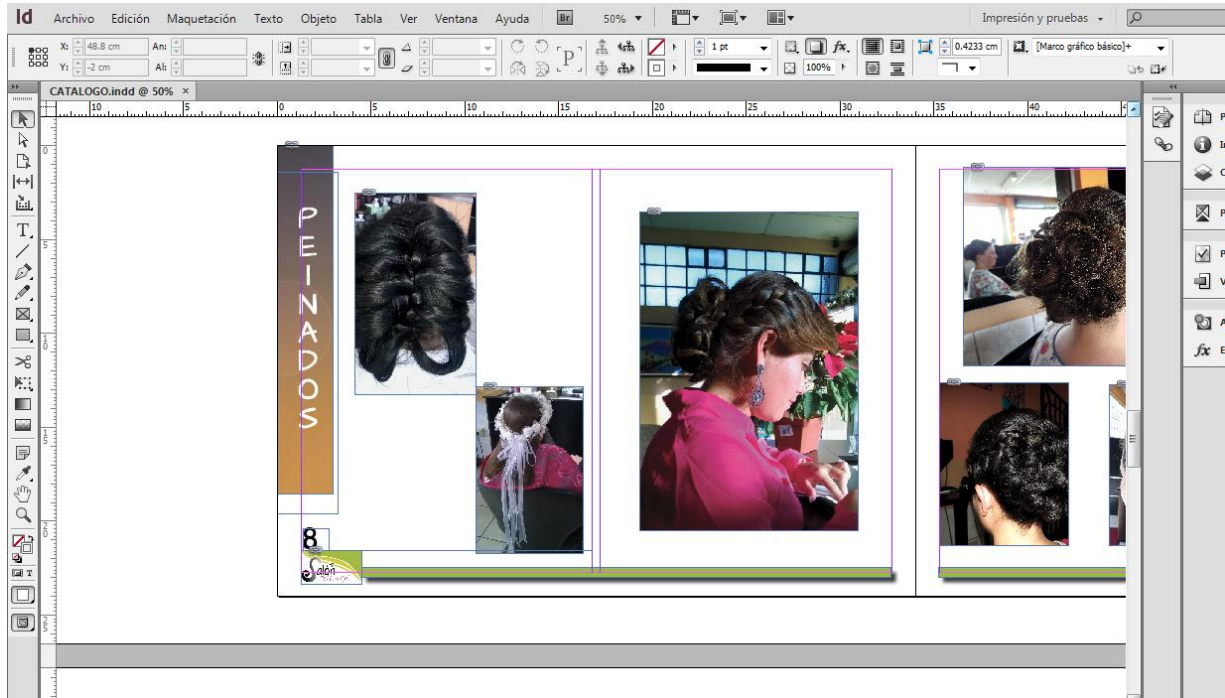


### *Segunda página de sección de peinados-*

*En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de peinados, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*Medidas 13" de ancho por 8,5" de alto*

## *Elaboración de Peinados.*

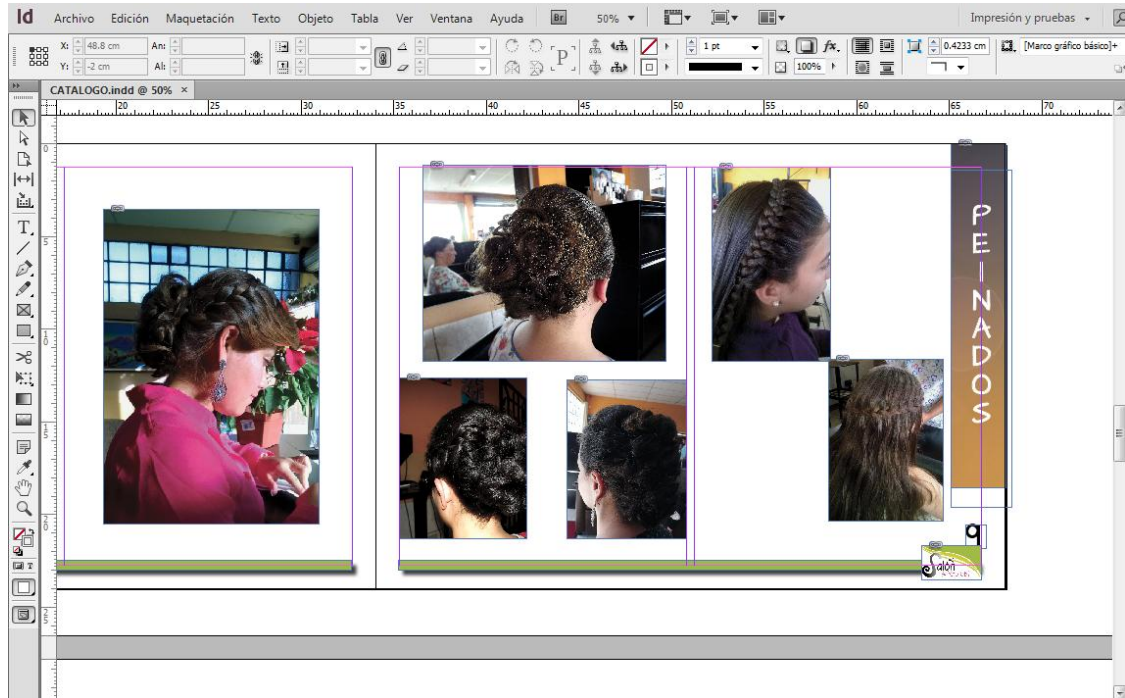


*Tercera página sección de peinados-*

*En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de peinados, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*Medidas 13" de ancho por 8,5" de alto*

## *Elaboración de Peinados.*

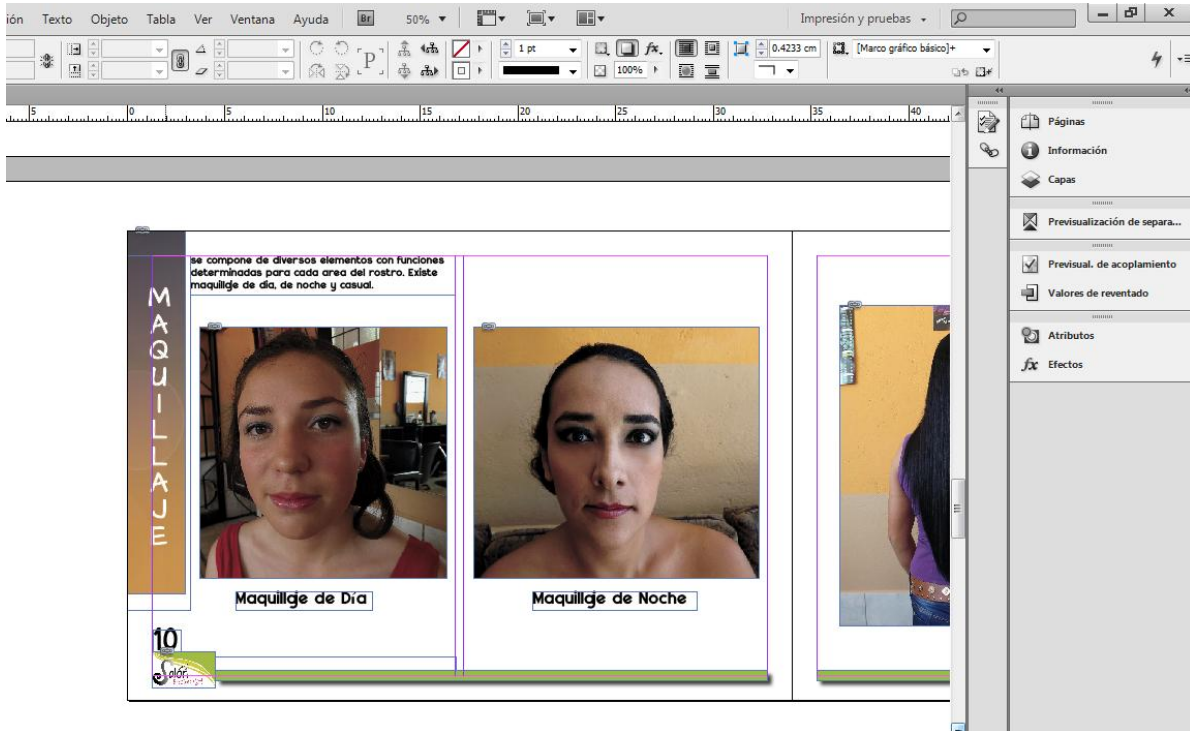


### *Cuarta página sección peinados-*

*En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de peinados, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*Medidas 13" de ancho por 8,5" de alto*

## Aplicación de maquillaje.

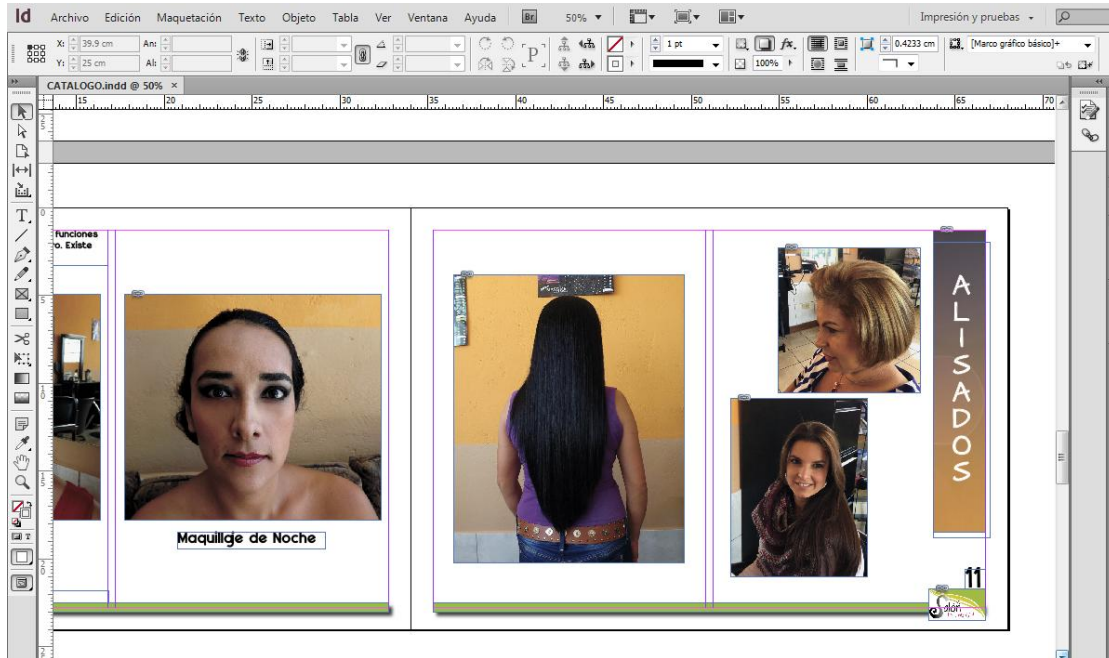


### Página sección de maquillajes-

En esta página se desglosa uno de los servicios que es el maquillaje, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.

Medidas 13,38" de ancho X 9,44" de alto

## Creación de alisados.

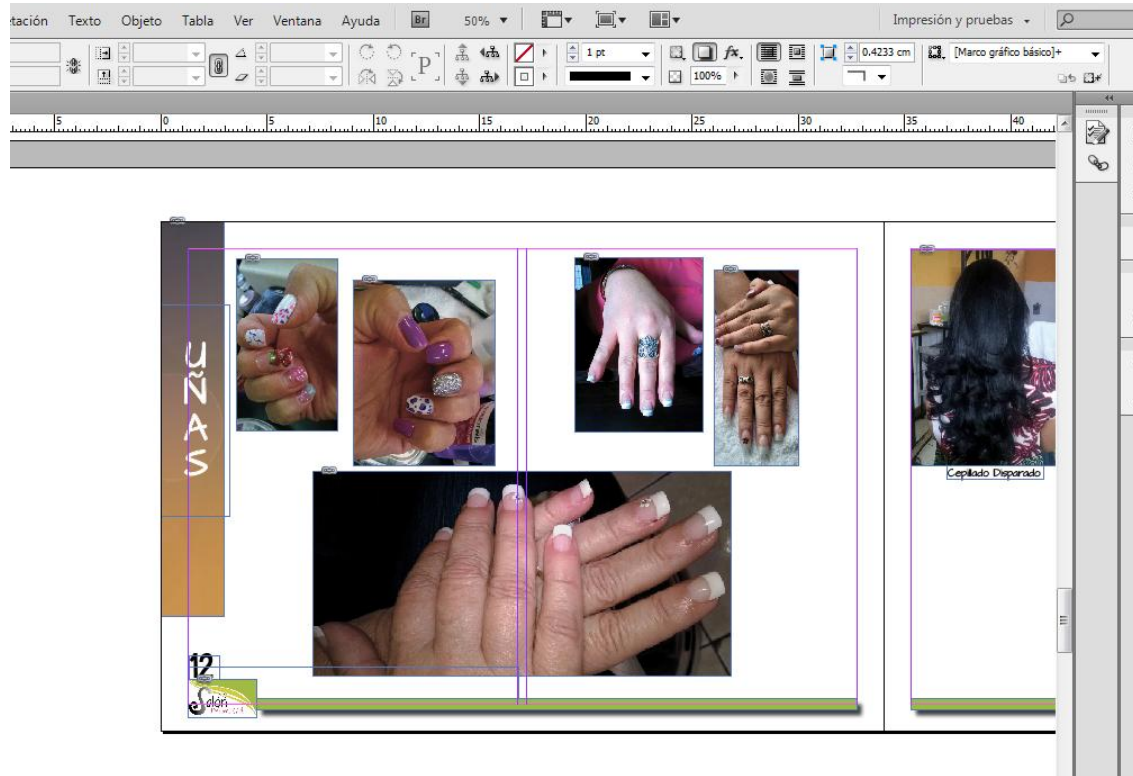


### Sección alisados-

En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de alisados, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.

Medidas 13,38” de ancho X 9,44” de alto

## Creación de uñas.



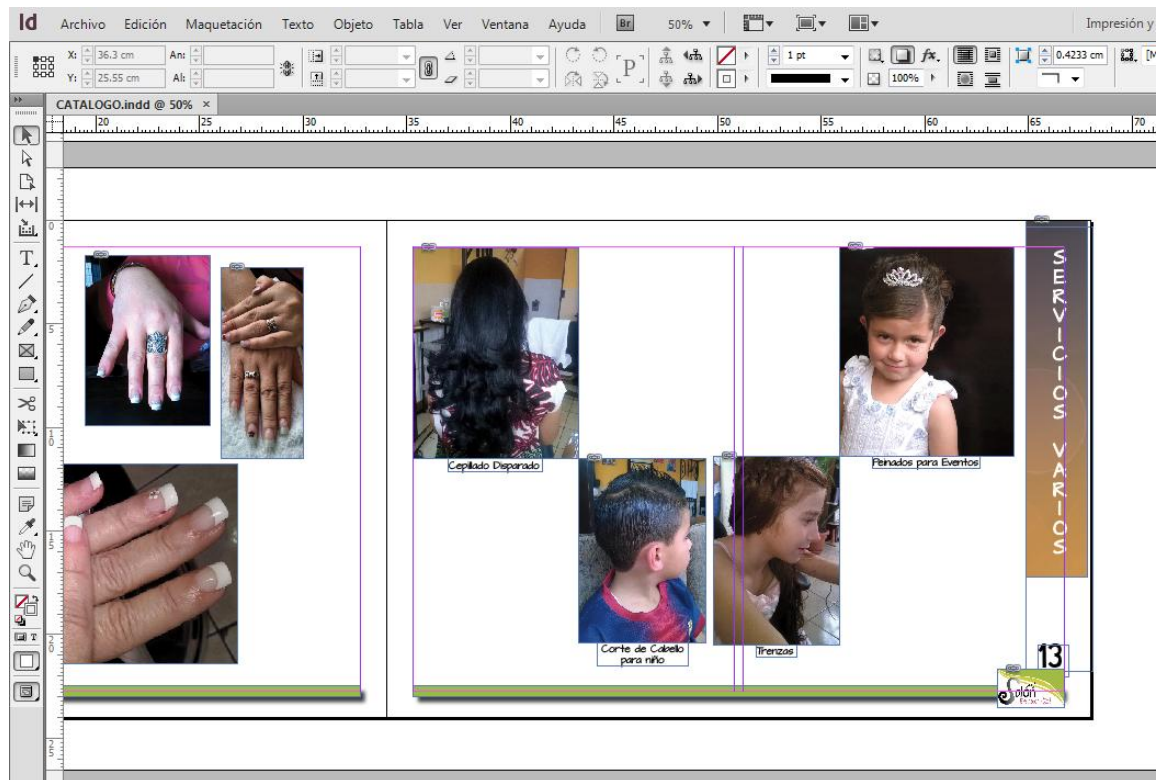
### Sección de uñas-

*En esta página se desglosa uno de los servicios que es la sección de uñas, en el cual se describe el proceso para su elaboración, esto acompañado de fotografías las cuales ejemplifican este servicio.*

*Medidas 13,38" de ancho X 9,44" de alto*

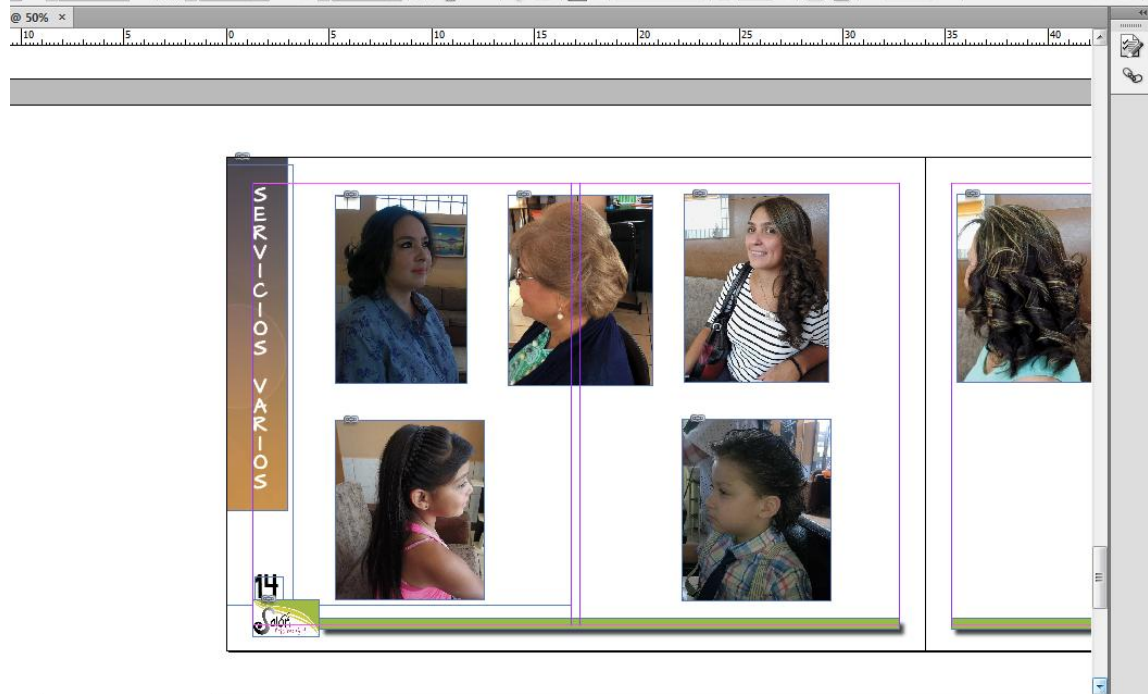


## Servicios Varios.



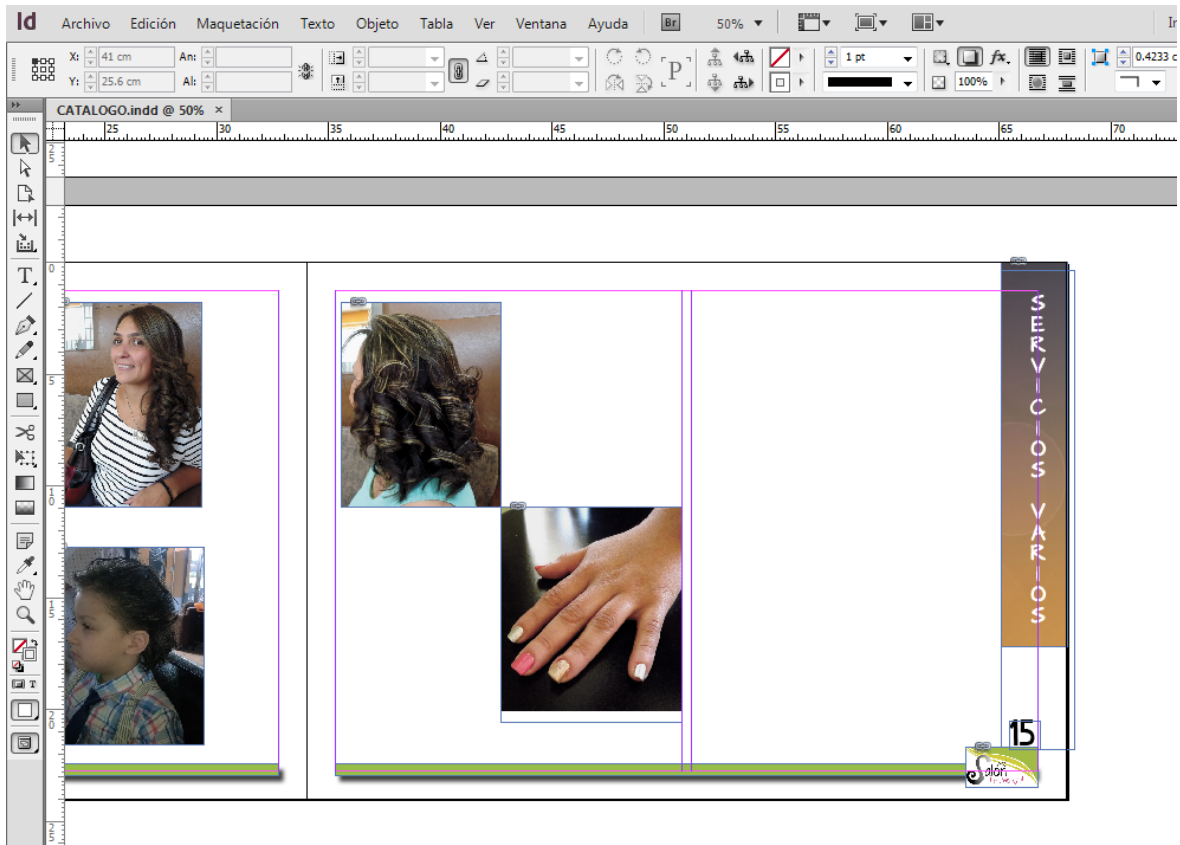
*Sección de servicios varios que se desglosa en varias páginas- medidas de 13,38” de ancho X 9,44” de alto. En esta página se desglosa variedad de servicios, que en ocasiones muy específicas son solicitadas al Salón Fashion Girl, pero que se desean incluir dentro del contenido.*

## *Servicios Varios.*



*Segunda página de servicios varios-medidas 13,38” de ancho X 9,44” de alto .*

*En esta página se desglosa variedad de servicios, que en ocasiones muy específicas son solicitadas al Salón Fashion Girl, pero que se desean incluir dentro del contenido.*



*Tercera página servicios varios-medidas 1313,38” de ancho X 9,44” de alto .*

*En esta página se desglosa variedad de servicios, que en ocasiones muy específicas son solicitadas al Salón Fashion Girl, pero que se desean incluir dentro del contenido.*


*Contraportada.*



13,38” de ancho X 9,44” de alto

## 7.4 Propuesta preliminar

Catalogo impreso para Salón de Belleza Fashion Girl con dimensiones de 13” de ancho por 8,5” de alto, en papel couche 80 con portada en papel husky

- Impresión Full Color
- Paleta de colores:  

- Tipografías:
  - ✓ *Dandelion Soup Demo* 36pts contenido - 60pts titular
  - ✓ **BEBAS NEUE 16PTS CONTENIDO— 28PTS TITULAR— PIE DE FOTO 12PTS**
  - ✓ *lobster 1.4* 72

## 7.4 Propuesta preliminar

Portada.

Medidas: 13,38 X 9,44”



Página de índice.

Medidas: 13,38 X 9,44”



<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
¿ QUIÉNES SOMOS?.....	I
MISIÓN Y VISIÓN.....	2
MANICURE.....	3
CORTES DE CABELLO.....	4
TINTES.....	5
PEINADOS.....	6-9
MAQUILLAJE.....	10
ALISADOS.....	11
UÑAS.....	12
SERVICIOS VARIOS.....	13-15



## ¿QUIÉNES SOMOS?

Salón Fashion Girl, es un centro de belleza que fue fundado en el año 2008 que busca el mejoramiento del arreglo personal, principalmente es visitado por mujeres, ya que cuenta con servicios variados y según la tendencia actual.

Es una empresa que se especializa en el cuidado de la apariencia física, principalmente de las mujeres.

Salón Fashion Girl, inició como una planeación a largo plazo de la familia fundadora, la cual se convirtió en un objetivo que se hizo realidad en menos tiempo de lo esperado.





**MISIÓN**

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través de cada uno de los servicios de excelente calidad que Salón Fashion Girl ofrece; así como también nos comprometemos en brindar una óptima atención al bienestar del cuidado personal

**VISIÓN**

Ser la principal vía en las preferencias del consumidor, destacando nuestra diversidad de servicios para el cuidado de la imagen personal, así como también lograr el reconocimiento por la excelencia de nuestro trabajo.

2  
Salón  
Fashion Girl



Existen diferentes clases de manicure: Largo, incluye limpieza, el masaje de brazos y mascarillas; corto, masaje en las uñas; polish, es un manicure para caballeros; aceite, ayuda a recuperar la humedad y aceite perdido por el uso de químicos o detergentes; artístico, para ocasiones especiales.

Tiene como objeto conservar las manos y uñas en un óptimo estado al igual que lucir unas uñas más lindas y elegantes mediante aplicación de cremas.

**ANTES**



**DESPUÉS**



**M  
A  
N  
I  
C  
U  
R  
E**

**3**



CORTES  
DE  
CABELLO



Cada año se crean nuevas tendencias, se destaca también en cortes de pelo muy innovadores de acuerdo a las exigencias del cliente.

En Salón Fashion Girls, realizamos cortes de cabello para todas las edades y generos buscando un estilo unico en cada corte.



4



Sustancias que le dan color al cabello sobre uno ya existente, mediante un procedimiento de cambio de color, restaura el color original del cabello para luego ser decolorado mediante diferentes procesos de decoloración inducida.

Existen diversidad de técnicas para la aplicación, esto se da según las tendencias o el estilo que la persona lo desee.



TINTES



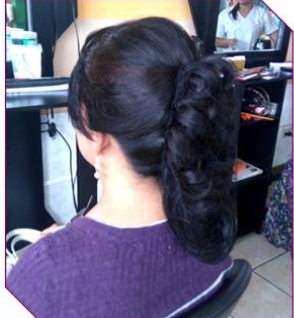
5



**PEINADOS**

En los últimos días se ha puesto muy de moda los peinados casuales como las trenzas pero también ciertos peinados para eventos mas formales dejando a un lado lo casual, entre los peinados mas solicitados hoy en día se encuentra, equillo, trenzas que no requieren de uso de productos quimicos, uso de moños o coletas.

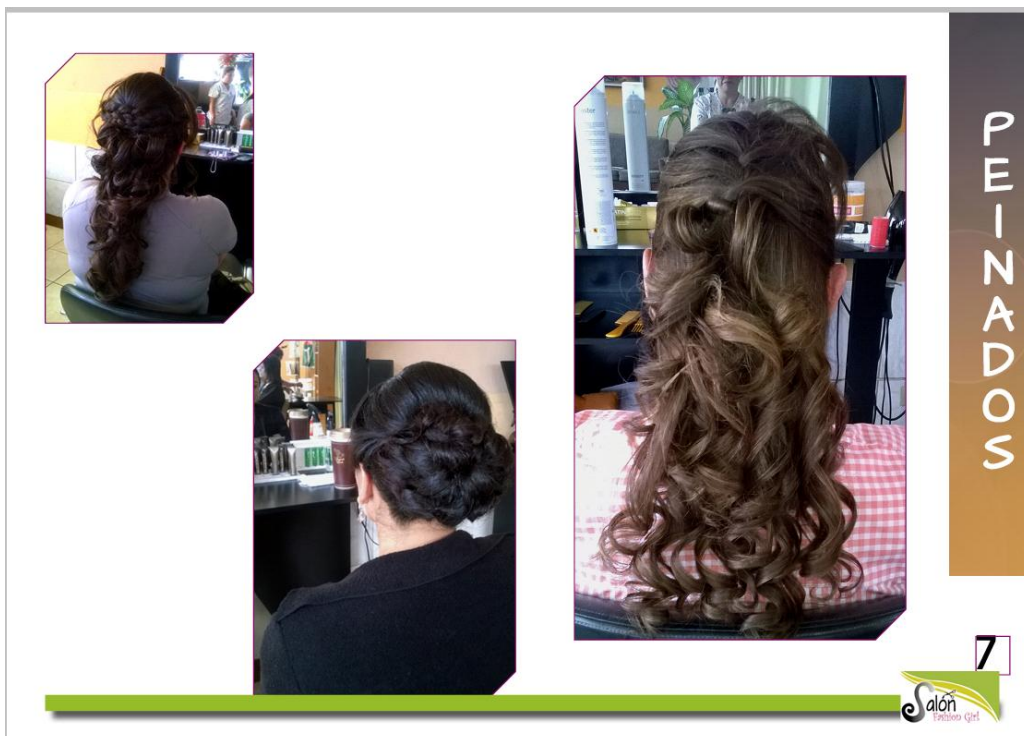
Es por eso que a continuación se encuentran una muestra de los diferentes tipos de peinados, puesto que en Salon Fashion Girl es uno de los servicios mas solicitados.

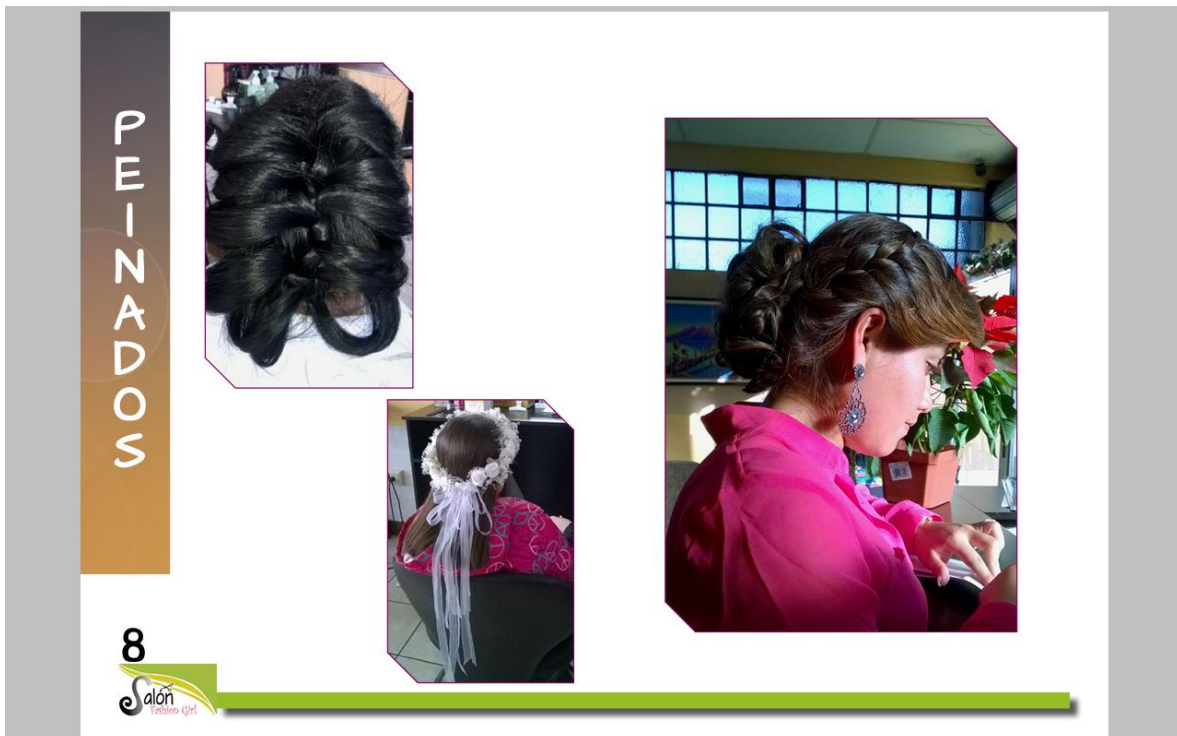


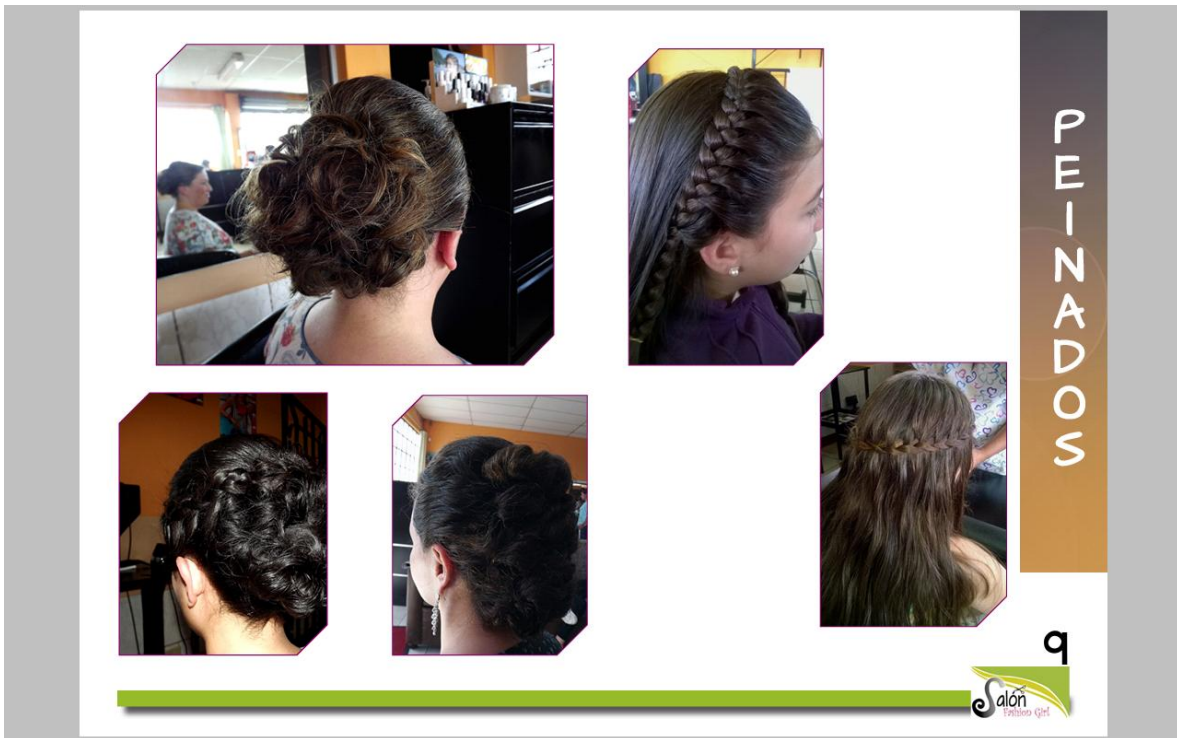
6  
Salon  
Fashion Girl

Página 7, Peinados

Medidas: 13,38 X 9,44”









**MAQUILLAJE**

Se compone de diversos elementos con funciones determinadas para cada área del rostro. Existe maquillaje de día, de noche y casual.




**MAQUILLAJE DE DÍA**

**MAQUILLAJE DE NOCHE**

**10**  
Salón  
Estético Girl

Página 11, Alisados

Medidas: 13,38 X 9,44”



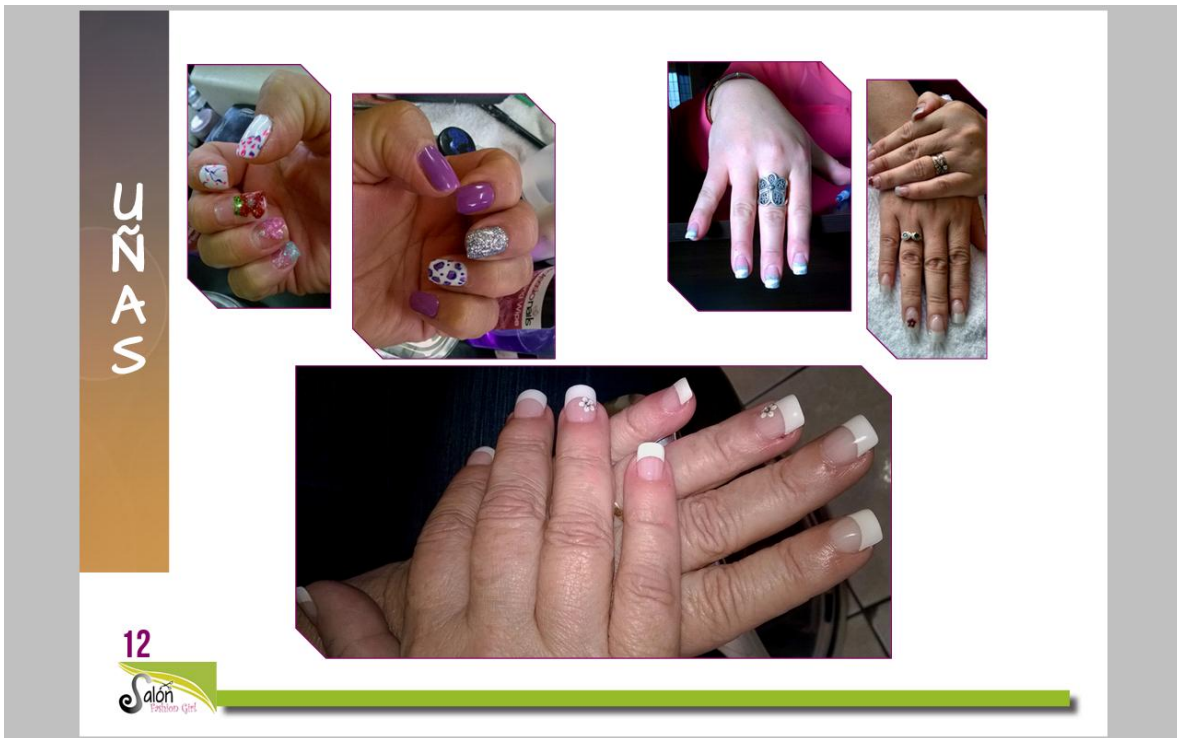
ALISADOS

11

Salón Estética Gjet

Página 12, Uñas

Medidas: 13,38 X 9,44”



Cepillado Disparado

Peinados para Eventos

Corte de Cabello para niño

Trenzas

SERVICIOS VARIOS

13

Salón

Página 13, Servicios varios

Medidas: 13,38 X 9,44”

SERVICIOS VARIOS



14  
Salón  
Estudio Giti

Página 15, Servicios varios

Medidas: 13,38 X 9,44”

SERVICIOS VARIOS

15

Salón  
Estilo y Jol

Contraportada

Medidas: 13,38 X 9,44”



Es para nosotras un gusto atenderle!

Salón  
Fashion Girls

## **CAPITULO VIII- Validación técnica**



## **CAPITULO VIII- Validación técnica**

### **8.1 Población y muestreo**

Para validar el proyecto titulado Diseño de catalogo impreso para dar a conocer los productos y servicios que ofrece Salón Fashion Girl a clientes potenciales y actuales. Se realizó una encuesta a las siguientes personas:

- Personas encuestadas: 37
- Profesionales: 6
- Expertos: 6
- Grupo objetivo: 25

### **8.2 Método e instrumentos**

Dentro de los métodos utilizados, se cuenta con la utilización de:

- Entrevistas: con personas profesionales en el tema de belleza, estas se realizaron con la catedrática y demás alumnas de la carrera de Visagismo de la Universidad Galileo; así como también para informar del tema fue importante contar con una entrevista con la dueña del salón y sus empleadas ya que son ellas quienes implementan a diario cada uno de los servicios detallados dentro del catálogo.
- Encuestas: dado que era un porcentaje regular de personas, fue preciso realizar una encuesta general para los 3 grupos en la que se especificarían los conceptos a evaluar del catálogo.

La herramienta de validación es mixta, ya que es una herramienta cualitativa y cuantitativa, es decir cualitativa cuando se refiere en sí a cualidades y aspectos físicos; cuantitativos cuando es relacionado a cantidades.

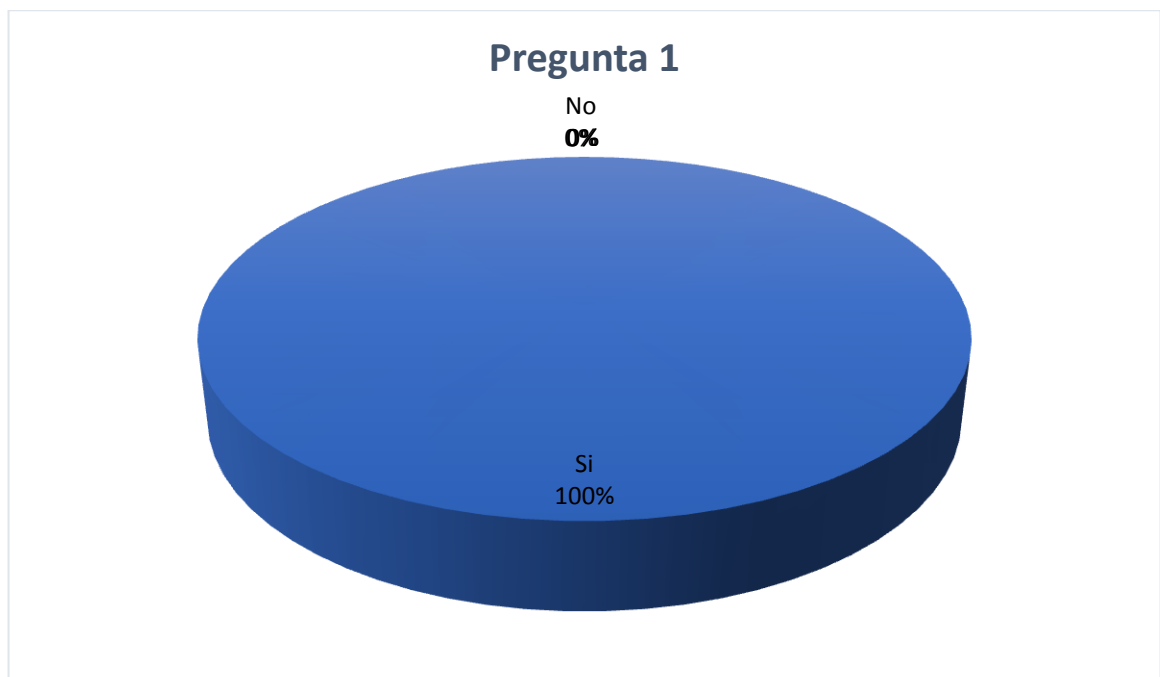
- Cualitativa: Apreciaciones según la percepción del encuestado, es por ello que se utilizó la escala de Likert en la cual se pueden evaluar actitudes y opiniones precisas. Ya que se incluyen frases seleccionadas en una escala de grados en acuerdo/desacuerdo.
- Objetiva: Las preguntas de este segmento, se basaron en los objetivos planteados al principio de este proyecto.
- Semiológica: Este segmento encierra todo lo relacionado al aspecto gráfico del catálogo, ya que se fundamentaron en base a colores y formas que el salón utiliza; así como también una tipografía adecuada para el estilo y ambiente que tiene la empresa. Las fotografías también fueron propias del salón, para que fácilmente el encuestado pudiera evaluar el proyecto.
- Operativa: Teniendo en cuenta que quienes visiten la empresa necesitan estar informados acerca de lo que el Salón ofrece, fue necesario plantear ciertas preguntas en las cuales se determinara la legibilidad, tamaño del documento, material de impresión, orientación del catálogo, ya sea vertical u horizontal.

**Ver herramienta de validación en anexo #4**

### 8.3 Resultado e interpretación de resultados

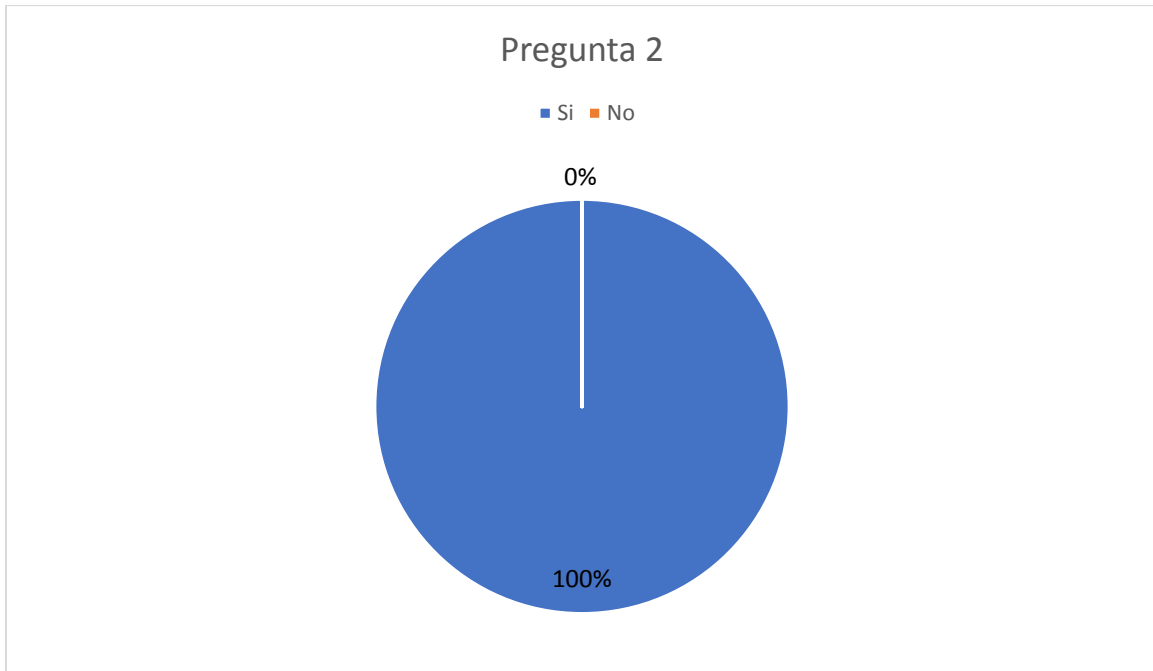
#### PARTE OBJETIVA:

1. ¿Considera usted que es necesario realizar un catálogo impreso para dar a conocer los servicios de Salón Fashion Girl?



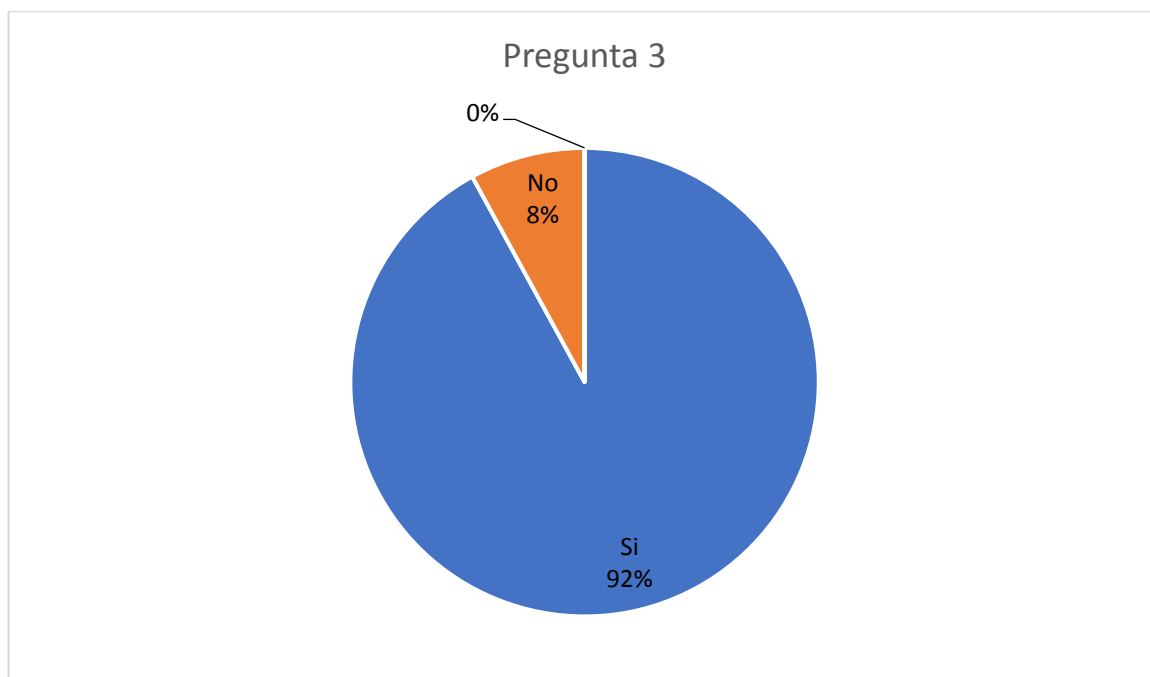
El 100% de las personas encuestadas consideran que es necesario realizar un catálogo impreso. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

2. ¿Considera necesaria la investigación de temas relacionados a la comunicación y el diseño, así también a lo que se refiere a las últimas tendencias en belleza?



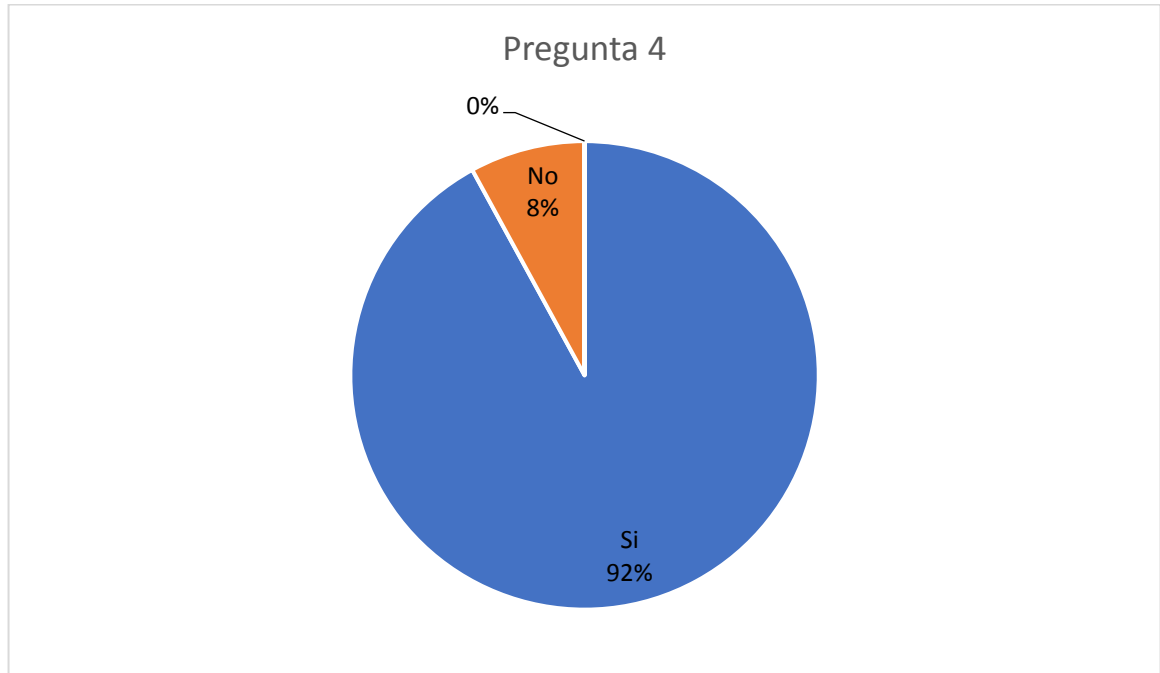
El 100% de las personas encuestadas consideran necesaria la investigación de temas relacionados a la comunicación y el diseño, así también a lo que se refiere a las últimas tendencias en belleza. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

3. ¿Considera indispensable la recopilación completa de la información de los servicios del Salón?



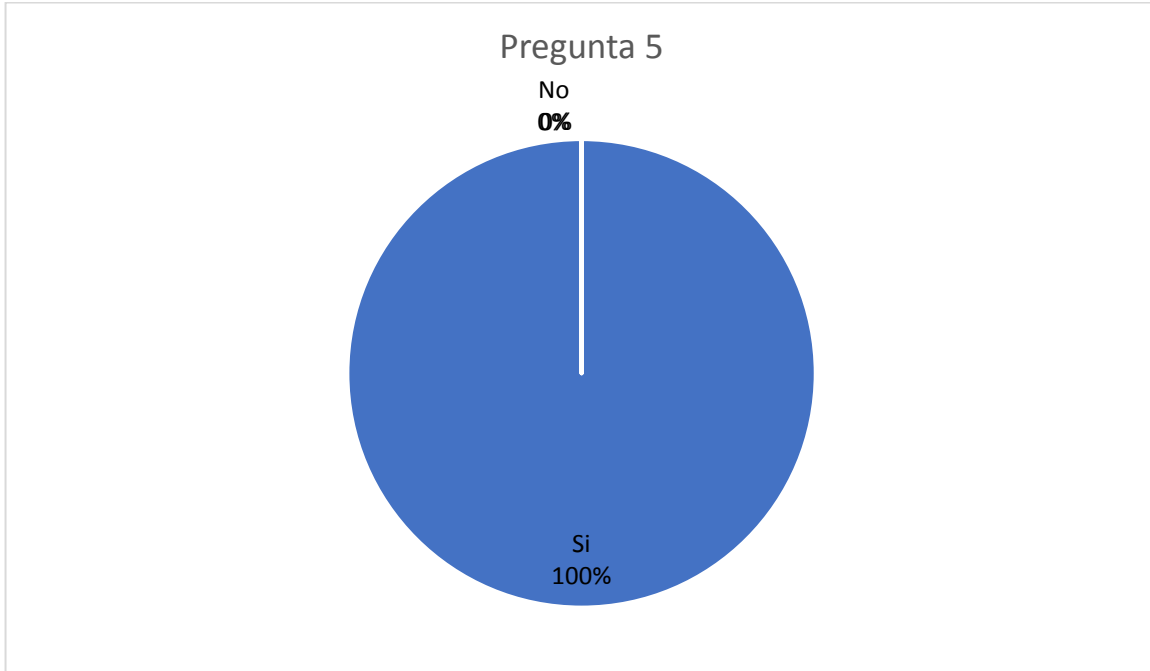
El 92% de las personas encuestadas considera indispensable la recopilación completa de la información de los servicios del Salón, mientras que el 8% de la población encuestada considera que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

4. ¿Considera conveniente realizar el catalogo basado en la imagen corporativa de la empresa, y diagramar el material acorde a ello, para que sea legible y atractivo?



El 92% de las personas encuestadas considera conveniente realizar el catalogo basado en la imagen corporativa de la empresa, y diagramar el material acorde a ello, para que sea legible y atractivo, mientras que el 8% de la población encuestada considera que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

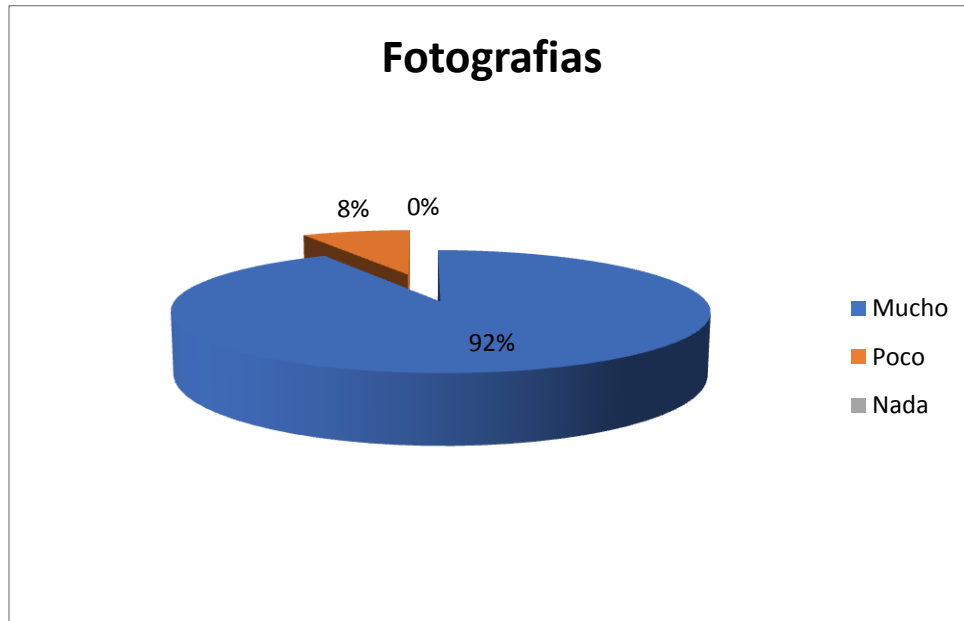
5. ¿Considera necesario que el catalogo cuente con fotografías que ilustren los servicios de Salon Fashion Girl así como una breve descripción de los mismos?



El 100% de las personas encuestadas considera que el catalogo cuente con fotografías que ilustren los servicios de Salon Fashion Girl, así como una breve descripción de los mismos. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

## PARTE SEMIOLOGICA:

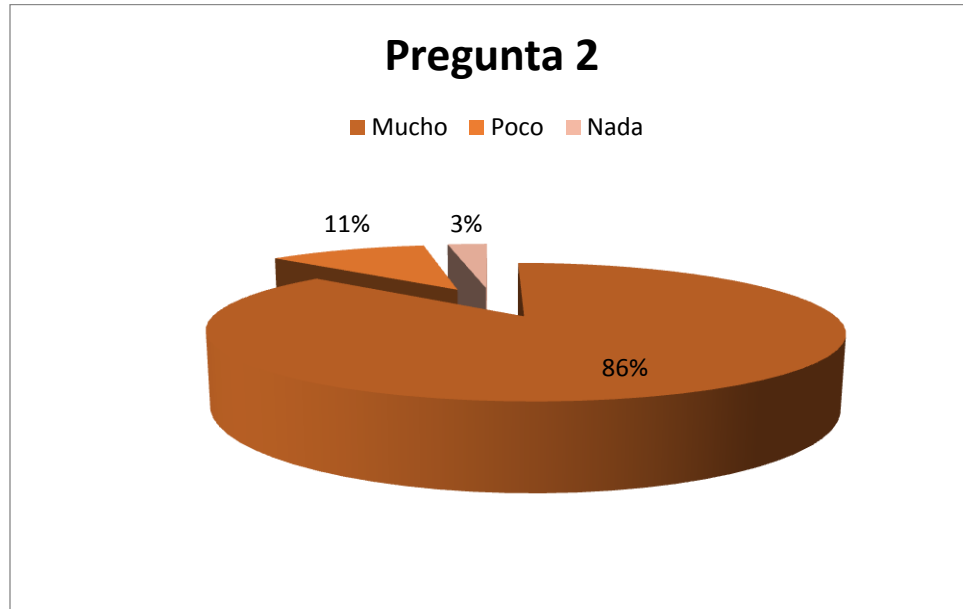
1. ¿Considera usted que las fotografías utilizadas muestran diseños reales, que ejemplifican la calidad del servicio?



El 54% de la población respondió afirmativamente y el 46% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

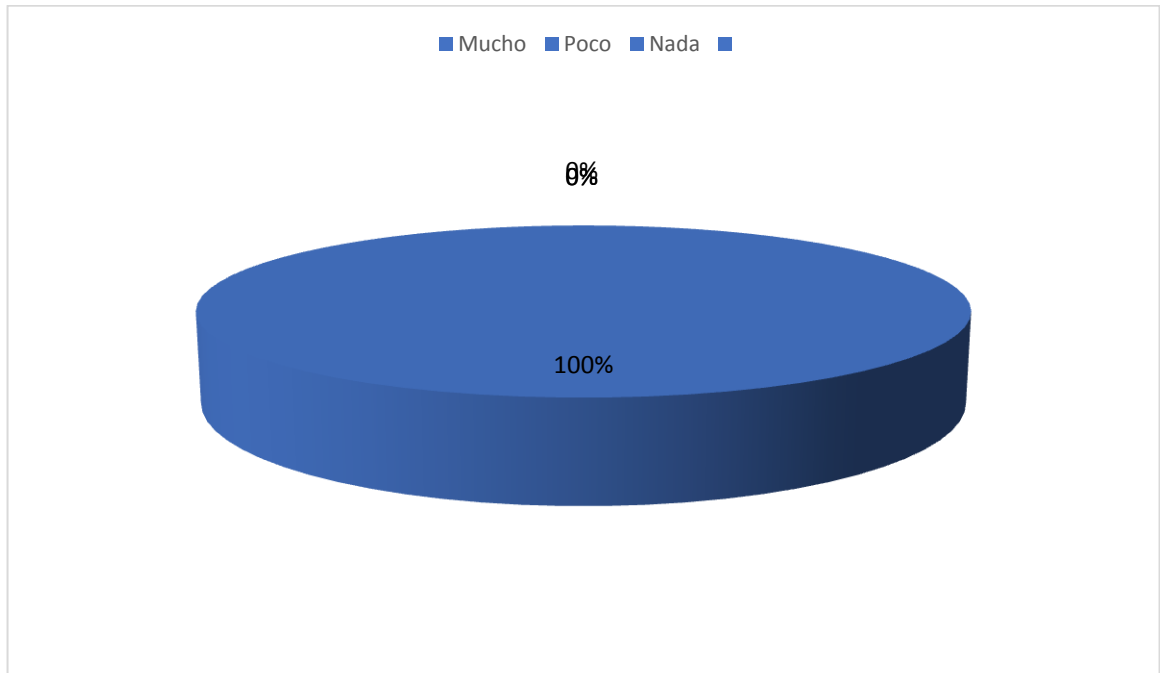


2. ¿Considera usted que la tipografía a 15 puntos utilizada para las breves descripciones del contenido del catálogo es legible?



El 68% de la población respondió afirmativamente y el 32% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

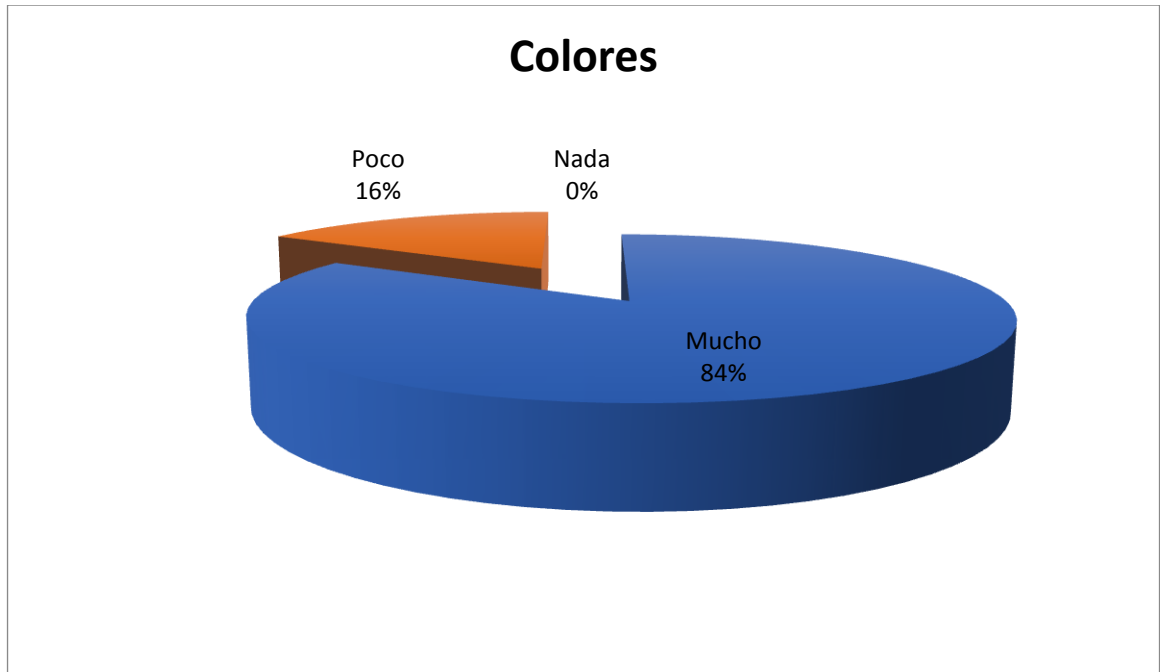
3. ¿Considera usted que la numeración de página en el catálogo permiten localizar de manera rápida cada sección del catalogo?



El 62% de la población respondió afirmativamente y el 38% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

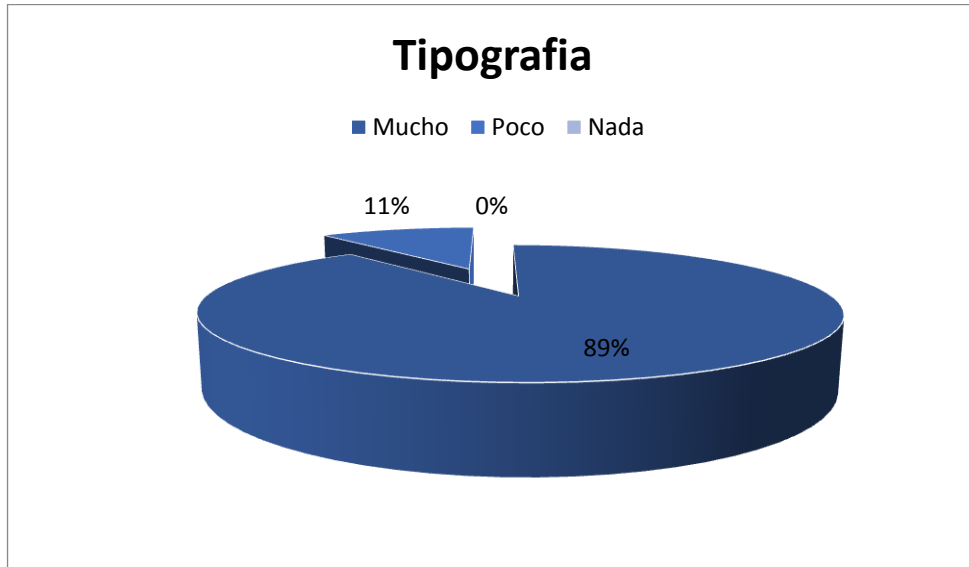
## PARTE OBJETIVA:

1. A su criterio, ¿Cree usted que los colores utilizados dentro del catálogo son atractivos a la vista?



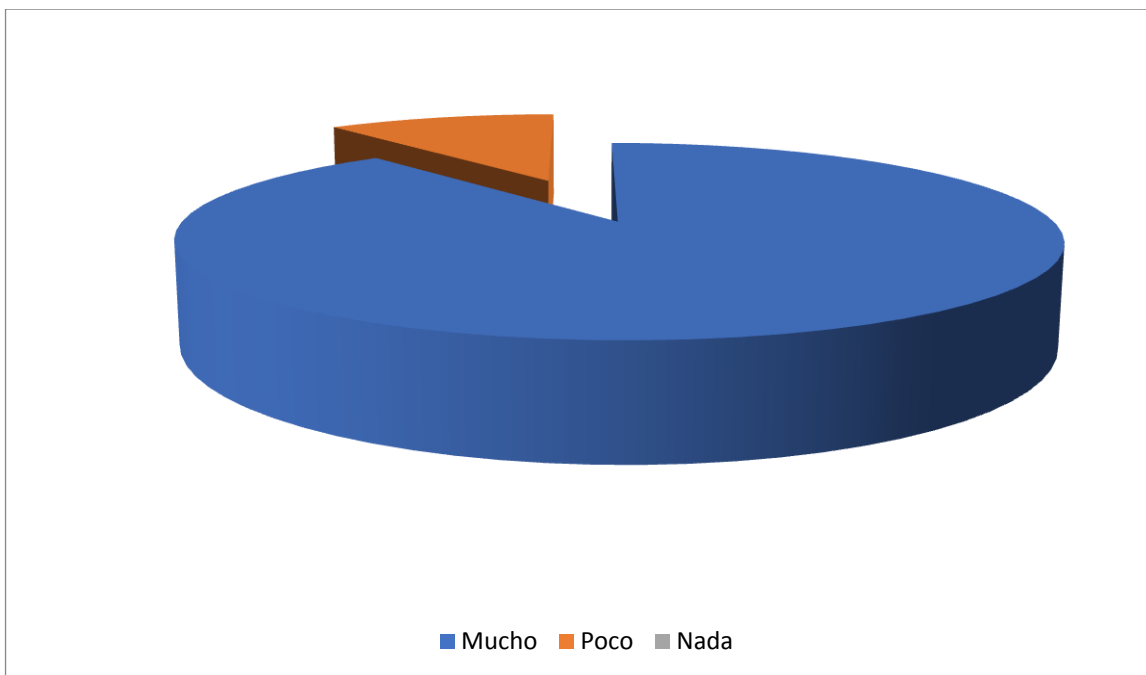
El 31% de la población respondió afirmativamente y el 8% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

1. ¿Considera usted que la tipografía utilizada es de acuerdo al contenido del contenido del catálogo?



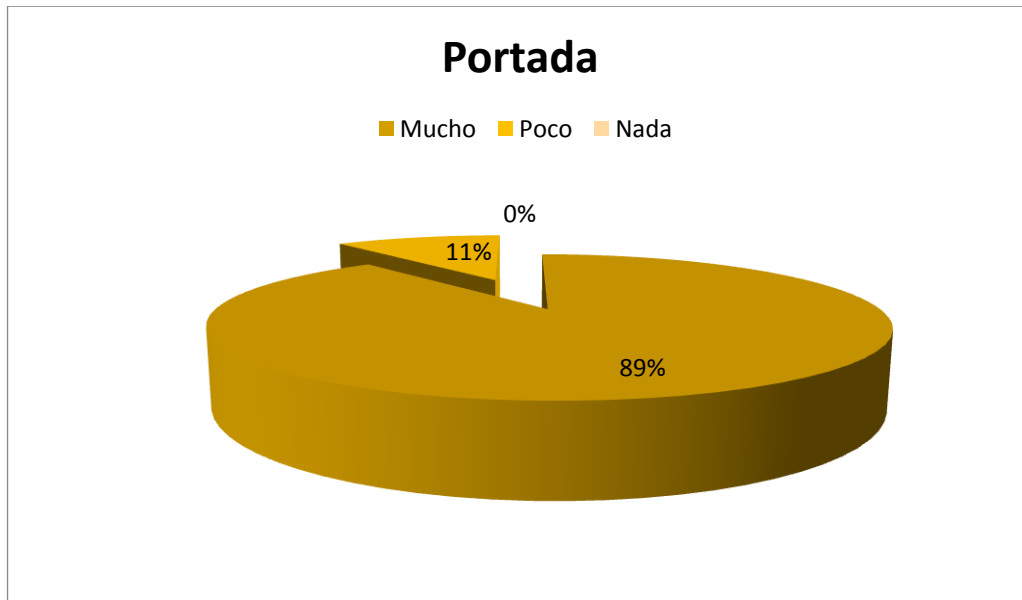
El 32% de la población respondió afirmativamente y el 5% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

2. A su criterio, ¿Cree usted que es funcional un catálogo horizontal para comunicar y mostrar de mejor manera el contenido?



El 32% de la población respondió afirmativamente y el 5% dijo que no. Por lo que la comunicadora diseñadora, tiene la evidencia para desarrollar el proyecto.

3. ¿La portada cumple con la función de ser atractiva para el lector?



## 8.4 Cambios con base a los resultados

### Portada

Antes



Después



La portada del Catálogo cambio por completo, ya que se requirió una imagen más actualizada, sin olvidar la descripción grafica de los principales servicios ofrecidos dentro del Salón Fashion Girl, se omitieron textualmente los servicios.

## Servicios del Salón



Puesto que en la compaginación para la impresión del catalogo no encajaba, fue necesario crear una nueva página de servicios del Salón.

## Índice Antes

INDICE	
CONTENIDO	PÁGINA
¿QUENES SOMOS?	1
VISION Y VISIÓN	2
MANICURE	3
CORTES DE CABELLO	4
TINTES	4
PEINADOS	6-7
MAQUILLAJE	8
ALISADOS	8
UBAC	12
SERVICIOS VARIOS	13-15

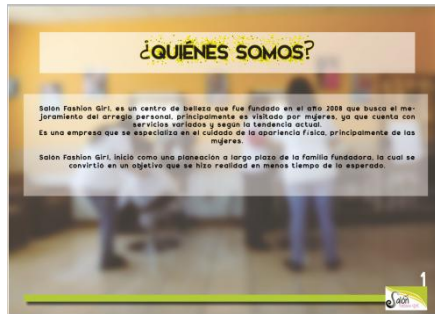
## Después

Índice	
Contenido	Página
¿QUENES SOMOS?	1
VISION Y VISIÓN	2
MANICURE	3
CORTES DE CABELLO	4
TINTES	4
PEINADOS	6-7
MAQUILLAJE	8
ALISADOS	11
UBAC	12
SERVICIOS VARIOS	13-15

El índice tuvo cambios significativos, tales como la tipografía utilizada en su título y la tipografía usada dentro del contenido.

## Quienes Somos

Antes



Después



El cambio que tuvo fue en la tipografía tanto del título como del contenido, dentro del contenido se le cambió el color, así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera más estilo.

## Misión y Visión

Antes



Después



El cambio que tuvo fue en la tipografía tanto del título como del contenido, dentro del contenido se le cambió el color. Así como también la tonalidad de los cuadros para destacar el texto.



## Manicure

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo

## Cortes de Cabello

Antes



Después



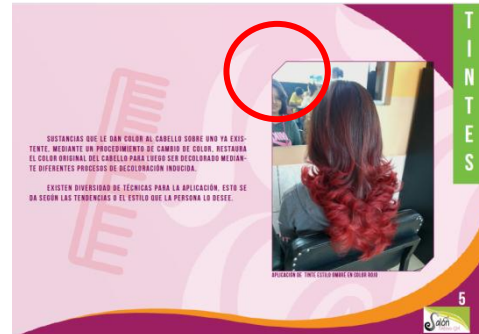
Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Tintes

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Peinados

Antes



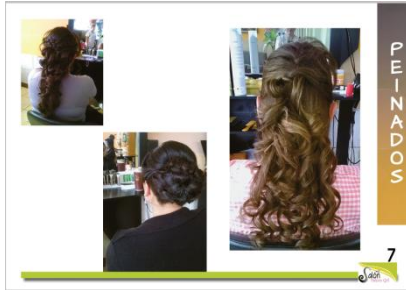
Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Peinados

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Peinados

Antes



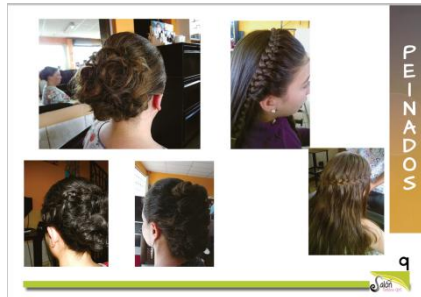
Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Peinados

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Maquillaje

Antes



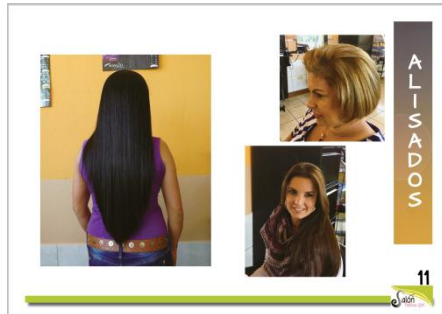
Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Alisados

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Uñas

Antes



Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Servicios Varios

Antes



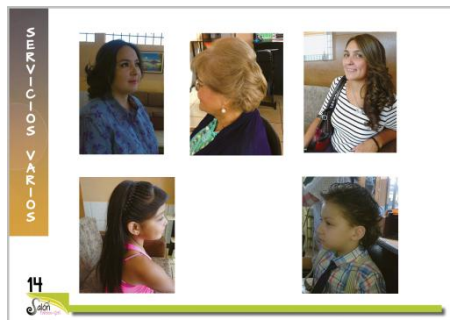
Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Servicios Varios

Antes



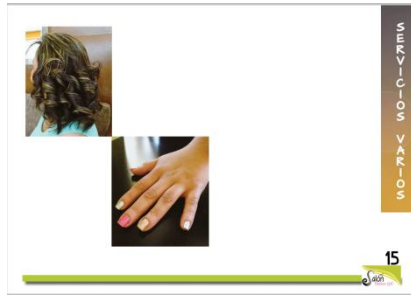
Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Servicios Varios

Antes

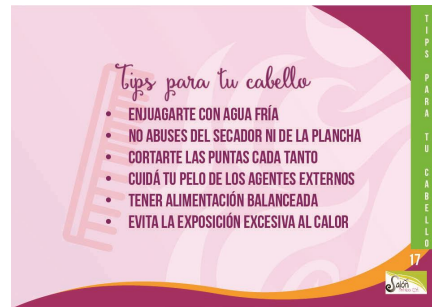
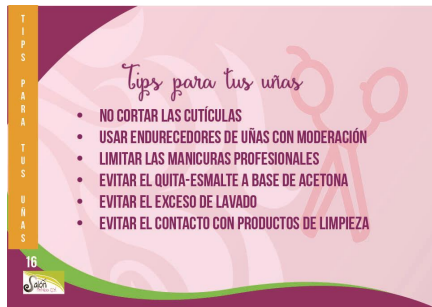


Después



Dentro del contenido se le cambio el color a la tipografía, así también se realizó un bordeado en las fotos de cada página; así como también se agregó un cintillo con los colores que se manejan dentro del salón y una marca de agua que le diera mas estilo.

## Paginas Adicionales



La comunicadora diseñadora, adicionalmente, se percató que faltaban unas hojas, fue necesario agregar estas páginas, ya que la compaginación no encajaba. Así mismo, se buscaron temas de interés para el grupo objetivo y el Salon Fashion Girl.

## Servicios Varios

Antes



Después



La contraportada del Catalogo para Salón Fashion Girl, tuvo cambios en fotografía y la posición del texto.



## **Capítulo IX Propuesta gráfica final**

## Capítulo IX Propuesta gráfica final Portada.

Medidas: 13,38 X 9,44”



## Servicios del Salón

Medidas: 13,38 X 9,44”



# Indice

Medidas: 13,38 X 9,44”



Contenido	Pagina
¿QUIÉNES SOMOS?.....	1
MISIÓN Y VISIÓN.....	2
MANICURE.....	3
CORTES DE CABELLO.....	4
TINTES.....	5
PEINADOS.....	6-9
MAQUILLAJE.....	10
ALISADOS.....	11
UÑAS.....	12
SERVICIOS VARIOS.....	13-15



¿Quiénes somos?

Medidas: 13,38 X 9,44”

## ¿Quiénes Somos?

SALÓN FASHION GIRL, ES UN CENTRO DE BELLEZA QUE FUE FUNDADO EN EL AÑO 2008 QUE BUSCA EL MEJORAMIENTO DEL ARREGLO PERSONAL, PRINCIPALMENTE ES VISITADO POR MUJERES, YA QUE CUENTA CON SERVICIOS VARIADOS Y SEGÚN LA TENDENCIA ACTUAL. ES UNA EMPRESA QUE SE ESPECIALIZA EN EL CUIDADO DE LA APARIENCIA FÍSICA, PRINCIPALMENTE DE LAS MUJERES.

SALÓN FASHION GIRL, INICIÓ COMO UNA PLANEACIÓN A LARGO PLAZO DE LA FAMILIA FUNDADORA, LA CUAL SE CONVIRTIÓ EN UN OBJETIVO QUE SE HIZO REALIDAD EN MENOS TIEMPO DE LO ESPERADO.

1  
Salón Fashion Girl

¿Quiénes somos?

Medidas: 13,38 X 9,44”

*Misión*

SATISFACER LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES A TRAVÉS DE CADA UNO DE LOS SERVICIOS DE EXCELENTE CALIDAD QUE SALÓN FASHION GIRL OFRECE; ASÍ COMO TAMBIÉN NOS COMPROMETEMOS EN BRINDAR UNA ÓPTIMA ATENCIÓN AL BIENESTAR DEL CUIDADO PERSONAL.

*Visión*

SER LA PRINCIPAL VÍA EN LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR, DESTACANDO NUESTRA DIVERSIDAD DE SERVICIOS PARA EL CUIDADO DE LA IMAGEN PERSONAL, ASÍ COMO TAMBIÉN LOGRAR EL RECONOCIMIENTO POR LA EXCELENCIA DE NUESTRO TRABAJO.

2  
Salón  
Fashion Girl

## Manicure

Medidas: 13,38 X 9,44”



**LIMPIEZA DEL ÁREA DONDE SE REALIZARÁ EL MANICURE**

EXISTEN DIFERENTES CLASES DE MANICURE: LARGO, INCLUYE LIMPIEZA, EL MASAJE DE BRAZOS Y MASCARILLAS; CORTO, MASAJE EN LAS UÑAS; POLISH, ES UN MANICURE PARA CABALLEROS; ACEITE, AYUDA A RECUPERAR LA HUMEDAD Y ACEITE PERDIDO POR EL USO DE QUÍMICOS O DETERGENTES; ARTÍSTICO, PARA OCASIONES ESPECIALES.

TIENE COMO OBJETO CONSERVAR LAS MANOS Y UÑAS EN UN ÓPTIMO ESTADO AL IGUAL QUE LUCIR UNAS UÑAS MÁS LINDAS Y ELEGANTES MEDIANTE APLICACIÓN DE CREMAS.

**ANTES**



REESTABLECIMIENTO DE CUTÍCULA Y CORTE DE UÑAS

**DESPUÉS**



FASE FINAL DE MANICURE CON ESMALTE INCLUIDO

**M  
A  
N  
I  
C  
U  
R  
E**

**3**



## Cortes de cabello

Medidas: 13,38 X 9,44”

C  
O  
R  
T  
E  
S  
  
D  
E  
  
C  
A  
B  
E  
L  
L  
O



CORTE DE CABELLO PARA NIÑO

CADA AÑO SE CREAN NUEVAS TENDENCIAS, SE DESTACA TAMBIÉN EN CORTES DE PELO MUY INNOVADORES DE ACUERDO A LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE.

EN SALÓN FASHION GIRLS, REALIZAMOS CORTES DE CABELLO PARA TODAS LAS EDADES Y GÉNEROS BUSCANDO UN ESTILO UNICO EN CADA CORTE.



CORTE DE CABELLO CON APLICACIÓN DE TRATAMIENTO PARA PUNTAS ABIERTAS



CORTE DE CABELLO PARA DAMA



CORTE DE CABELLO PARA CABALLERO

4






## Tintes

Medidas: 13,38 X 9,44”

SUSTANCIAS QUE LE DAN COLOR AL CABELLO SOBRE UNO YA EXISTENTE, MEDIANTE UN PROCEDIMIENTO DE CAMBIO DE COLOR, RESTAURA EL COLOR ORIGINAL DEL CABELLO PARA LUEGO SER DECOLORADO MEDIANTE DIFERENTES PROCESOS DE DECOLORACIÓN INDUCIDA.

EXISTEN DIVERSIDAD DE TÉCNICAS PARA LA APLICACIÓN, ESTO SE DA SEGÚN LAS TENDENCIAS O EL ESTILO QUE LA PERSONA LO DESEE.



APLICACIÓN DE TINTE ESTILO OMBRÉ EN COLOR ROJO

T  
I  
N  
T  
E  
S

5



Tintes

Medidas: 13,38 X 9,44”

**P  
E  
I  
N  
A  
D  
O  
S**

EN LOS ÚLTIMOS DÍAS SE HA PUESTO MUY DE MODA LOS PEINADOS CASUALES COMO LAS TRENZAS PERO TAMBIÉN CIERTOS PEINADOS PARA EVENTOS MAS FORMALES DEJANDO A UN LADO LO CASUAL, ENTRE LOS PEINADOS MAS SOLICITADOS HOY EN DÍA SE ENCUENTRA, FLEQUILLO, TRENZAS QUE NO REQUIEREN DE USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS, USO DE MOÑOS O COLETAS.

ES POR ESO QUE A CONTINUACIÓN SE ENCUENTRAN UNA MUESTRA DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PEINADOS, PUESTO QUE EN SALON FASHION GIRL ES UNO DE LOS SERVICIOS MAS SOLICITADOS.



PEINADO CON CORTE ESTILO BOB CORTO



REALIZACIÓN DE ONDAS LIVIANAS



PEINADO PARA EVENTO

6  
Salón Fashion Girl

## Peinados

Medidas: 13,38 X 9,44”

PEINADO MINIMALISTA PARA EVENTO

PEINADO FORMAL

PEINADO CASUAL CON ONDAS

PEINADOS

7

Salón Estético GJM

## Peinados

Medidas: 13,38 X 9,44"

**P  
E  
I  
N  
A  
D  
O  
S**



PEINADO CON TRENZA ENTRELAZADA



PEINADO PARA PRIMERA COMUNION



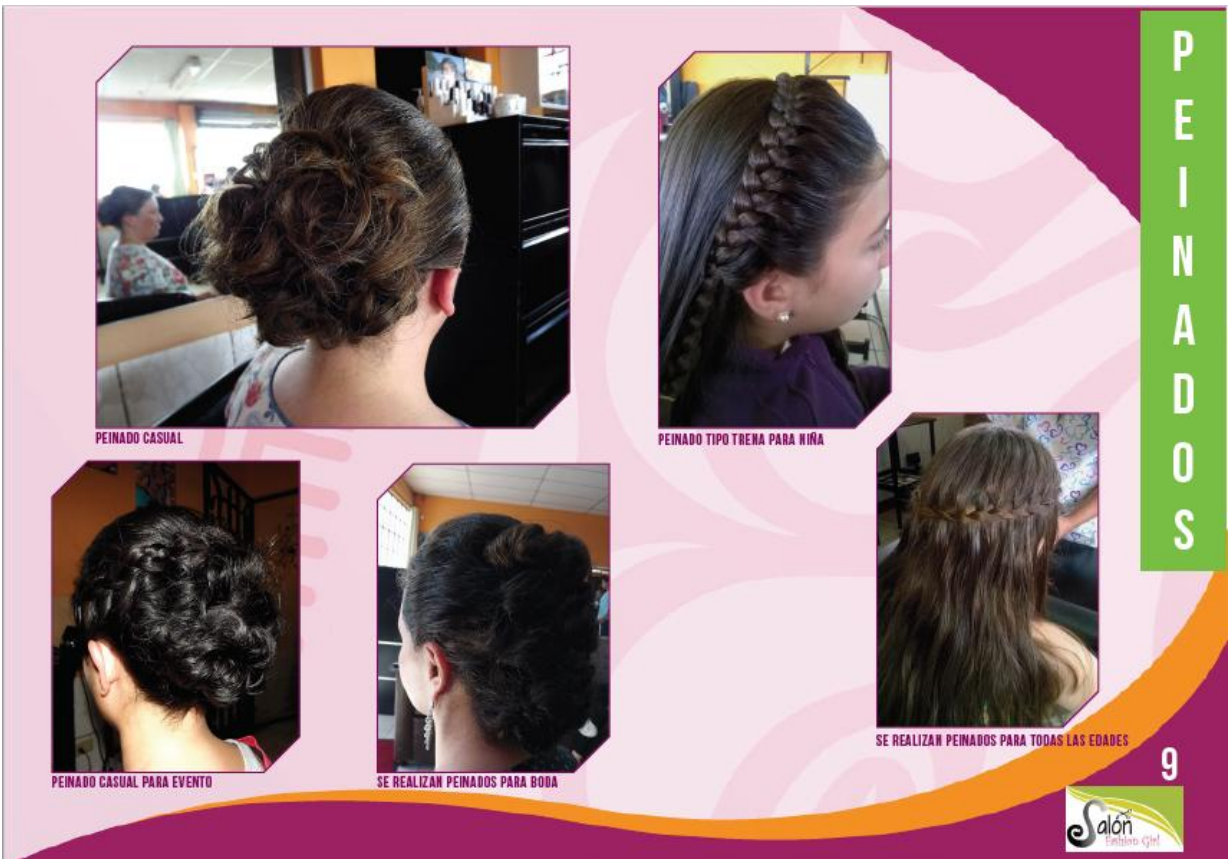
PEINADO CON TRENZA A UN LADO

8



## Peinados

Medidas: 13,38 X 9,44”



**PEINADOS**

PEINADO CASUAL

PEINADO TIPO TRENA PARA NIÑA

PEINADO CASUAL PARA EVENTO

SE REALIZAN PEINADOS PARA BODA

SE REALIZAN PEINADOS PARA TODAS LAS EDADES

9

Salón Estilos Ciel

## Maquillaje

Medidas: 13,38 X 9,44”

**M  
A  
Q  
U  
I  
L  
L  
A  
J  
E**

SE COMPONE DE DIVERSOS ELEMENTOS CON FUNCIONES DETERMINADAS PARA CADA AREA DEL ROSTRO. EXISTE MAQUILLAJE DE DIA, DE NOCHE Y CASUAL.



**MAQUILLAJE DE DÍA**

**MAQUILLAJE DE NOCHE**

10



# Alisados

Medidas: 13,38 X 9,44”

ALISADO DE KERATINA

ALISADO SEGUN LO SOLICITA EL CLIENTE

ALISADO EXPRESS

ALISADOS

11

Salón Estética GJM

## Uñas

Medidas: 13,38 X 9,44”

**U  
Ñ  
A  
S**



DECORACIÓN DE UÑAS



APLICACIÓN DE GELISH



UÑAS ACRILICAS PERSONALIZADAS



UÑAS ACRILICAS CON ACABADO NATURAL



REALIZACIÓN DE ONDAS LIVIANAS

12



Salón  
Manos y Pies



## Servicios Varios

Medidas: 13,38 X 9,44”

CEPILLADO DISPARADO

PEINADOS PARA EVENTOS

CORTE DE CABELLO PARA NIÑO

TRENZAS

SERVICIOS VARIOS

13

Salón Estética Gtel

## Servicios Varios

Medidas: 13,38 X 9,44”

S  
E  
R  
V  
I  
C  
I  
O  
S  
  
V  
A  
R  
I  
O  
S



CEPILLADO DISPARADO

CEPILLADO DE CABELLO

ONDULADO DE CABELLO

APLICACIÓN DE GELISH EN UÑAS ACRILICAS

CORTE DE CABELLO PARA LOS MAS PEQUEÑOS

14



Servicios Varios

Medidas: 13,38 X 9,44”



ONDULADO DE CABELLO



GELISH CON LOS COLORES SEGUN LA TENDENCIA



APLICACIÓN DE GELISH EN UÑAS ACRILICAS

S  
E  
R  
V  
I  
C  
I  
O  
S  
  
V  
A  
R  
I  
O  
S

15



## Tips para tus uñas

Medidas: 13,38 X 9,44”

The infographic features a vertical orange bar on the left with the text 'TIPS PARA TUS UÑAS' in white. The main content is on a pink background with a faint illustration of hands and nail scissors. The title 'Tips para tus uñas' is written in a cursive font. Below it is a bulleted list of six tips in bold, uppercase letters. At the bottom left, the number '16' is displayed above a logo for 'Salón'.

TIPS  
PARA  
TUS  
UÑAS

### *Tips para tus uñas*

- **NO CORTAR LAS CUTÍCULAS**
- **USAR ENDURECEDORES DE UÑAS CON MODERACIÓN**
- **LIMITAR LAS MANICURAS PROFESIONALES**
- **EVITAR EL QUITA-ESMALTE A BASE DE ACETONA**
- **EVITAR EL EXCESO DE LAVADO**
- **EVITAR EL CONTACTO CON PRODUCTOS DE LIMPIEZA**

16

Salón

Tips para tu cabello

Medidas: 13,38 X 9,44”

*Tips para tu cabello*

- ENJUAGARTE CON AGUA FRÍA
- NO ABUSES DEL SECADOR NI DE LA PLANCHA
- CORTARTE LAS PUNTAS CADA TANTO
- CUIDÁ TU PELO DE LOS AGENTES EXTERNOS
- TENER ALIMENTACIÓN BALANCEADA
- EVITA LA EXPOSICIÓN EXCESIVA AL CALOR

17

Salón

Tips para tu cabello

Medidas: 13,38 X 9,44”



## **Capitulo X- Producción, reproducción y distribución**

## CAPITULO X- Producción, reproducción y distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Para el presente proyecto, se trabajaron 60 días, que corresponden a ocho semanas, fue fundamental la elaboración de un orden cronológico de actividades para llevar a cabo el contenido del proyecto. Una razón prioritaria para el orden cronológico fue la toma de fotografías ya que se tomaron en fines de semana o en calendarización disponible para la comunicadora diseñadora.

Con un costo que se detalla a continuación.

<b>Días</b>	<b>Semanas</b>	<b>Horas</b>	<b>Costo por hora</b>	<b>Total</b>
<b>60</b>	<b>8</b>	<b>75</b>	<b>Q 25.00</b>	<b>Q 1,875.00</b>

### 10.2 Plan de costos de producción

<b>Recursos</b>	<b>Costos</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>Q1,875.00</b>
<b>Pasajes</b>	<b>Q120.00</b>
<b>Luz</b>	<b>Q150.00</b>
<b>Impresiones encuestas</b>	<b>Q30.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Q2,175.00</b>



### 10.3 Plan de costos de reproducción

Recurso	Costo
Impresión de 5 ejemplares	Q1750

### 10.4 Plan de costos de distribución

Recurso	Costo
Se distribuirá dentro del salón	Q 0.00

### 10.5 Margen de utilidad

Recurso	Costo
Margen de utilidad	20%

### 10.6 Cuadro resumen

<b>10.1 Plan de costos de elaboración</b>	<b>Q1875.00</b>
<b>10.2 Plan de costos de producción</b>	<b>Q2175.00</b>
<b>10.3 Plan de costos de reproducción</b>	<b>Q1750</b>
<b>10.4 Plan de costos de distribución</b>	<b>Q0.00</b>
<b>Sub total</b>	<b>Q5,800.00</b>
<b>10.5 Margen de utilidad</b>	<b>Q1,160.00</b>
<b>IVA</b>	<b>Q696.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,656.00</b>

## **Capitulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- Se diseñó el catálogo impreso, y con él, se dará a conocer los productos y servicios que ofrece Salón Fashion Girl a clientes actuales y potenciales de Fraijanes.
- Se investigaron los conceptos de comunicación y diseño que se manejen en la actualidad, así como tendencias de colores para materiales impresos de salones de belleza.
- Se recopiló información con el cliente de las actividades que diariamente manejan dentro del salón, con las cuales se podrá sustentar el contenido del catálogo, para que se realice a gusto del cliente.
- Se investigó y estudiaron los colores adecuados para el Salón para que el grupo objetivo lo encuentre atractivo a su vista, así como también que cumpla con la línea de colores que resaltan dentro del Salón.
- Se fotografiaron los procesos que hacen referencia a cada servicio que ofrece Salón Fashion Girl y sus respectivos productos que utiliza en mayoría.

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### Recomendaciones

- Se recomienda que el catálogo sea proporcionado a personas que consumen regularmente en el salón de belleza ya que cuenta con fotos reales de los servicios que ahí se realizan.
- Se recomienda que el catálogo se imprima en material couche, husky o mate para que sea más resistente, agradable a la vista de los clientes del Salón. Así como para dar una imagen al Salón a través del material impreso.
- El tiempo de uso del catálogo tiene un estimado entre 6 meses a 1 año, ya que los servicios cambian según las tendencias de moda y belleza.
- Cambio de fotografías según la moda, al igual que todo el catálogo, sucede con las fotografías, ya que son ellas quienes ejemplifican los servicios que la clientela del Salón busca.

## **Capitulo XII- Conocimiento General**



A lo largo de la Carrera en Comunicación y Diseño he sustentado y aumentado mis conocimientos dentro de varios ámbitos, ha sido así como he llegado hasta el proceso final de la carrera, teniendo mis fuertes entre los cuales los menciono aca y los cuales me ayudaran a realizar mi proyecto, así como los que menciono aca, han sido de gran ayuda la psicología del consumidor, y otras ciencias auxiliares.

## DISEÑO

El diseño es indispensable para este proyecto, ya que a través de el se puede formar una conceptualización de lo que se quiere realizar, esto incluyendo el proceso para la elaboración de el diseño como lo es bocetaje, diagramación y digitalización de lo que se realiza.

## COMUNICACIÓN

A través de la Comunicación y sus herramientas, el proyecto como en en el proceso de comunicación puede contar con los mismos elementos empleados en una comunicación oral, siendo nuestro emisor el Salón, el mensaje el contenido del catálogo, el código el lenguaje que se maneja dentro de un Salón, el canal el catálogo en físico y el receptor finalmente sería el cliente quien recibe la información.

### FOTOGRAFIA

Para la realización del catálogo de servicios, es indispensable contar con la muestra de los servicios que se describe dentro. Es por ello que el uso de la fotografía y lo aprendido se empleara muy bien.

### VISUALIZACIÓN GRÁFICA

Antes de realizar los diseños es importante, bocetar, es aca donde se emplea todo lo aprendido en relación al proceso de bocetaje y la visualización gráfica con todos sus conceptos.

### SOFTWARE

Para la digitalización, es importante contar con ciertos programas de diseño y poder manejarlos, como lo es en este caso se empleara Illustrator, Photoshop e Indesign.



## **Capítulo XIII- Referencias bibliográficas**

## Capítulo XIII- Referencias bibliográficas

- (Ongallo Carlos, 2007)
- (Ferrari German, 2001)
- (Gavin, Ambrose; Harris Paul;, 2006)
- (Rodríguez Estrada, 1997)
- (Jones, 1979)
- (Webs Multimedia, 2012)
- (Interior Grafico, 2016)
- (Mercadotecnia, 2012)
- (S.A.)
- (Meredith, Womens Network, 2017)



## **Capítulo XIV – Anexos**

## Capítulo XIV - Anexos

### Anexos 1

Ejemplo de portada de catálogo.

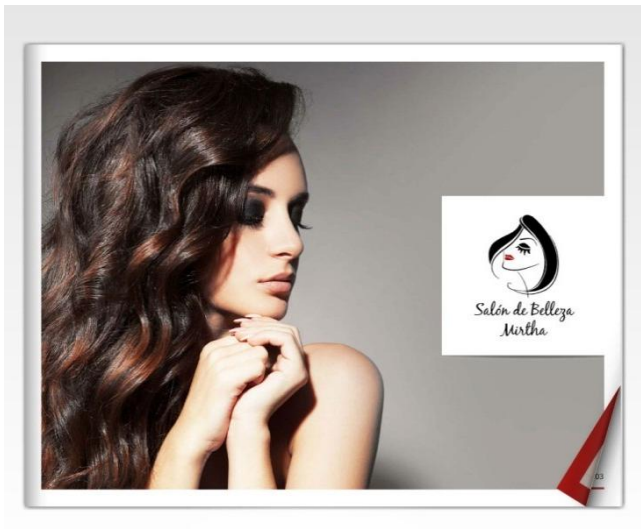


Imagen recuperada de: <http://www.salondebellezamirtha.cl/>



Imagen recuperada de: <http://egomoda.com/site/sears-presenta-expresiones-d-belleza-el-festival-de-belleza-de-primavera-2015/>



Imagen recuperada de: <http://www.catalogos2.com/catalogo-secretos-de-belleza-de-el-corte-ingles-octubre-2011/>



Imagen recuperada de: <https://es.pinterest.com/pin/30328997468142594/>

## Anexo 2

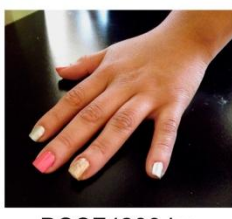
### Fotografías realizadas



DSC\_0036.jpg



DSCF4198.jpg



DSCF4200.jpg



DSCF4215.jpg



DSCF4233.jpg



DSCF4240.jpg



DSCF5111.jpg



DSCF5119.jpg



DSCF5299.jpg



DSCF5409.jpg



DSCF5414.png



foto maquillaje.jpg



IMG\_0480.jpg



IMG\_0492.jpg



IMG\_0506.jpg



IMG\_0562.jpg



IMG\_0567.jpg



WP\_20141206\_002.jpg



WP\_20141206\_006.jpg



WP\_20141212\_001.jpg



WP\_20141212\_003.jpg



WP\_20141213\_003.jpg



WP\_20150114\_003.jpg



WP\_20150306\_003.jpg



WP\_20150307\_001.jpg



WP\_20150506\_007.jpg



WP\_20150506\_008.jpg



WP\_20150508\_004.jpg



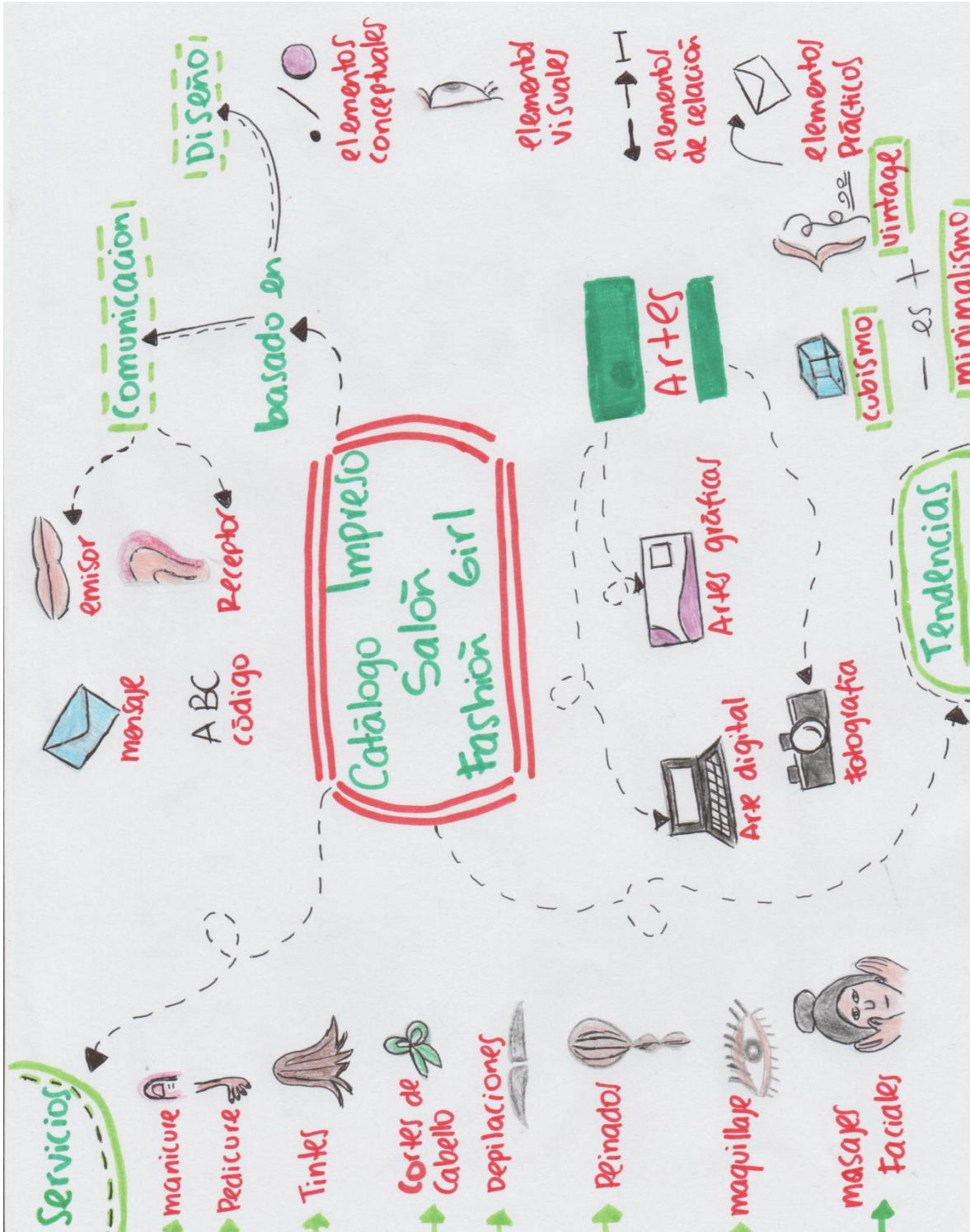
WP\_20150530\_002.jpg



WP\_20150606\_005.jpg

Anexo 3

Mapa Mental



## Anexo 4

### Herramienta de validación



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS  
2015

NOMBRE: \_\_\_\_\_ PROFESION: \_\_\_\_\_

GÉNERO

F\_\_ M\_\_

EXPERTO \_\_\_\_\_

GRUPO OBJETIVO \_\_\_\_\_

PROFESIONALES \_\_\_\_\_

#### ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO

Diseño de catálogo impreso para dar a conocer los productos y servicios que ofrece Salón **Fashion Girl** a clientes actuales y potenciales, Fraijanes, Guatemala 2016

#### ANTECEDENTES:

Salón **Fashion Girl** es una empresa que se especializa en el cuidado de la apariencia física, principalmente de las mujeres. Se encuentra dando sus servicios desde el año 2008.

Salón **Fashion Girl**, tendrá a su alcance próximamente un catálogo impreso para que en el cual su grupo objetivo conozca sus servicios, puesto que en la actualidad no cuenta con muestra impresa del trabajo que realiza, se consideró necesaria la elaboración.

**INSTRUCCIONES:** Por favor responda a las siguientes preguntas que se le presentan a continuación marcando una X la opción que según su criterio considere correcta

**PARTE OBJETIVA:**

1. ¿Considera usted que es necesario realizar un catálogo impreso para dar a conocer los servicios de Salón Fashion Girl?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
2. ¿Considera necesaria la investigación de temas relacionados a la comunicación y el diseño, así también a lo que se refiere a las últimas tendencias en belleza?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
3. ¿Considera indispensable la recopilación completa de la información de los servicios del Salón?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
4. ¿Considera conveniente realizar el catalogo basado en la imagen corporativa de la empresa, y diagramar el material acorde a ello, para que sea legible y atractivo?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
5. ¿Considera necesario que el catalogo cuente con fotografías que ilustren los servicios de Salon Fashion Girl así como una breve descripción de los mismos?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_

**PARTE SEMIOLOGICA:**

1. ¿Considera usted que las fotografías utilizadas muestran diseños reales, que ejemplifican la calidad del servicio?  
MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_
2. ¿Considera usted que la tipografía a 15 puntos utilizada para las breves descripciones del contenido del catálogo es legible?  
MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_
3. ¿Considera usted que la numeración de página en el catálogo permiten localizar de manera rápida cada sección del catalogo?  
MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_

**PARTE OBJETIVA:**

1. A su criterio, ¿Cree usted que los colores utilizados dentro del catálogo son atractivos a la vista?

MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_

2. ¿Considera usted que la tipografía utilizada es de acuerdo al contenido del contenido del catálogo?

MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_

3. A su criterio, ¿Cree usted que es funcional un catálogo horizontal para comunicar y mostrar de mejor manera el contenido?

MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_

4. ¿La portada cumple con la función de ser atractiva para el lector?

MUCHO \_\_\_ POCO \_\_\_ NADA \_\_\_

**OBSERVACIONES:**

---

---

---

---

---

---

---

---

Gracias por su tiempo y aporte a mi proyecto!