

Recurso digital para la promoción de productos y servicios

Libro digital interactivo en colaboración con **Sadis Torres** como sistema de comunicación visual.

Proyecto: Sadis Torres

Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica

Autora: Ana Joselin Cano Segoviano

Asesora: María Teresa Olalde Ramos

México 2021

ATENCIÓN

Este material tiene fines pedagógicos y su función es servir como apoyo en las prácticas educativas que se llevan a cabo en las licenciaturas que se imparten en la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco. En este sentido, el único fin de esta obra es generar y compartir material de apoyo para el proceso de enseñanza-aprendizaje en el campo del diseño.

Asimismo, el autor de esta presentación es responsable de todo su contenido y la obra se encuentra protegida bajo una licencia de Creative Commons 4.0.

Para más información se puede consultar el sitio <https://creativecommons.org/>.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Índice

AGRADECIMIENTOS	4	3.3 Justificación	18
INTRODUCCIÓN	6	3.4 Antecedentes	18
CAPÍTULO I Marco Teórico	7	CAPÍTULO IV Definición de la propuesta	19
1.1 Uñas acrílicas	8	4.1 Diseño y sociedad actual	20
1.1.1 Antecedentes de las uñas	8	4.2 Comunicación visual	20
1.1.2 Tendencias de uñas 2021	9	4.3 Referencias visuales	21
1.1.3 Tendencia inclusiva	9	4.4 Libro digital interactivo	22
1.2 Emprendedores	10	4.5 Diseño	23
1.2.1 We Love Nails	10	4.5.1 Logotipo	23
1.3 Comercio Digital	11	4.5.1.1 Justificación del diseño	23
1.3.1 La evolución del comercio digital	11	4.5.1.2 Bocetaje	24
en tiempos de pandemia en México		4.5.1.3 Tipografía	25
1.3.2 Regulación del Comercio	12	4.5.1.4 Color	26
Digital en México		4.5.1.5 Implementaciones	27
CAPÍTULO II Marco conceptual	13	4.5.2 Libro interactivo	30
1.1 Formas de uñas esculturales	14	4.5.2.1 Tipografías	30
1.1.1 Sttiletto	14	4.5.2.2 Contenido	31
1.1.2 Coffin	14	4.5.2.3 Ilustraciones	33
1.2 Técnicas en uñas	14	4.5.2.4 Interactividad	34
1.2.1 Plastiline	14	4.5.2.5 Secciones	38
1.2.2 One Stroke	14	4.5.2.6 Mockup	39
1.2.3 Milk Bath	14	4.5.3 Estrategia de difusión	40
1.2.4 Baby Bommer	14	4.5.3.1 Redes sociales	41
1.3 Técnicas de uñas	15	4.5.3.2 Instagram grid	42
1.3.1 Acrigel	15	4.5.3.2.1 Referencias visuales	44
1.3.2 Dry Manicura	15	4.5.3.3 Página web	45
1.3.3 Pedicura Spa	15	CONCLUSIONES	47
CAPÍTULO III Metodología	16	REFERENCIAS	48
3.1 Planteamiento del problema	17		
3.2 Objetivos	17		



Agradecimientos

Comienzo con esto, agradeciendo infinitamente a las personas que siempre me apoyan, que están ahí conmigo, que me han dado todo desde pequeña, que confían en mí y en mis proyectos; mis padres.

A la UAM Azcapotzalco por haber sido el lugar donde viví tantas experiencias agradables, donde conocí a personas maravillosas, a profesores increíbles, donde reí, lloré, canté y fui tan feliz en estos años; por ser el lugar al cual regresaría una y mil veces.

Agradezco a mi familia por creer en mí, a mis amigos por siempre apoyarme, por impulsarme a seguir cuando tal vez ya no podía; una de esas personas siempre fue Sadis, mi amiga con la cual he vivido tantas cosas y que es como una hermana para mí, gracias a ella por motivarme a conseguir grandes objetivos que nunca me hubiera imaginado, por siempre compartir sus ideas conmigo y creer en mí para que yo las plasme, gracias por caminar conmigo en este proceso y ser parte de.

Hay personas que te contagian de energía muy linda y yo tuve la oportunidad de conocer a una de ellas. La profesora Teresa Oralde fue una parte importante en este proceso, ya que siempre tuvo la paciencia para guiarnos y darnos la seguridad que muchas veces necesitábamos, pocas veces coincidimos con profesoras con esa actitud tan amable y es por eso que le agradezco mucho por apoyarnos a culminar esta bonita etapa.



Introducción

El presente trabajo de investigación fue realizado con la finalidad de exponer la viabilidad y rentabilidad de adaptar un concepto al mundo digital, sin importar el giro comercial que este tenga, con el objetivo de tener dicho trabajo como base para el crecimiento del negocio a futuro. Las empresas que desean tener presencia en línea, no se deben conformar con una página corporativa que les brinde información sobre su identidad, sino también implementar diversas herramientas que le permitan a sus consumidores realizar compras en línea, ofreciendo un proceso de compra más sencillo y variedad en procesos de pago, así como hacer al cliente participe de la forma de llevar el servicio y el proceso que hay detrás de.

La ventaja de tener un negocio virtual es la expansión de mercado, ya que este se globaliza, y la rapidez con la que se manejan negocios, aunque la relación con los clientes se vuelve impersonal, el uso de nuevas tecnologías hace que el consumidor se sienta cerca de, mejorando la comunicación efectiva entre cliente y empresa, gracias al comercio electrónico se efectúan transacciones sin salir de casa, teniendo la información a la mano las 24 horas del día sin exponerse a situaciones de riesgo como lo es en la actualidad, implementando nuevas formas de interacción cuando sea posible, con la integración de contenido multimedia que se vuelva atractivo para los consumidores.

El siguiente proyecto tiene la oportunidad de sugerirle al emprendedor el abrir camino hacia nuevos mercados, con la ayuda de herramientas digitales e innovadoras que le permitan cumplir con la visión de lograr una expansión o comercialización del concepto, adelantándose a posibles necesidades de nuestro principal cliente y adquiriendo clientes potenciales.

Sadis Torres es una micro empresa en la que su principal servicio es la aplicación de uñas empleando diferentes técnicas, seguido de diversos servicios de alta calidad dedicados al cuidado de la imagen, los cuales son pedicura spa, extensiones de pestañas, diseño de ceja, maquillaje y peinado para eventos, así como una serie de cursos y talleres para capacitar a diferentes personas interesadas en este giro. Debido a la situación actual, Sadis Torres presentó una baja en cuanto a sus ingresos y en sus citas, la cual le llevó a buscar una alternativa para ofrecer los servicios a sus clientes sin exponerse, ofreciendo el servicio desde la comodidad de su casa y teniendo un mejor control de sus tiempos, así como la implementación de contenido que pueda llegar a más personas sin que sea forzosamente de manera presencial. Debido a la afluencia de clientes que presenta se revisaron ciertos factores que podrían facilitar la experiencia de los clientes impactando de manera visual y ofreciendo un servicio más eficiente brindando la información necesaria.



Capítulo I

Marco Teórico

1

1.1 Uñas acrílicas

1.1.1 Antecedentes de las uñas

El aspecto de las uñas siempre ha sido de gran importancia en muchas culturas. En Etiopía se utilizaba aceite de mirra para la salud de las uñas. Egipto en cambio, utilizaba henna para darles color y los faraones las reforzaban con papel de papiro. En la antigua Grecia era una señal de poder y riqueza llevar las uñas largas y decoradas con pan de oro o pinturas miniatura, muy parecido al moderno nail art. China inventó tanto los primeros esmaltes como las primeras uñas postizas, ya que en la época de la dinastía Ming las uñas se vestían con conos de oro o plata, práctica que se ha mantenido en el tiempo.

Lo que se conoce como manicura moderna proviene de Francia, cerca del año 1930, cuando al rey Luis Felipe le salió uno de esos molestos cueritos o padrastos que tanto conocemos. A raíz de esto, el doctor del rey inventó un kit de manicura, cosa que su sobrina popularizaría más adelante.

Para el siglo XIX estos instrumentos metálicos se hacen comunes en los Estados Unidos y para ese entonces ya era normal usar cremas y polvos en las uñas. En el siglo XX los esmaltes empiezan a mejorar, y con ello empieza la era de los 50, caracterizada por uñas largas y rojas.

Con la llegada de los 60s llega el descubrimiento de materiales para uñas postizas, incluyendo la fibra, la seda y la porcelana. Es aquí donde entra nuestro querido amigo el dentista. Un buen día, el doctor Frederick Slack se rompe la superficie de la uña y en un toque de inspiración

decide arreglarla con lo que tenía a la mano para poder seguir con su jornada de trabajo. Lo que tenía a la mano era nada más y nada menos que fotopolímero dental, también conocido como porcelana. Dentro de muy poco los dentistas vieron una gran oportunidad de negocio y empezaron a vender este material a los manicuristas de la época, dando origen a las uñas esculpidas que tanto nos quitan el aliento.

Desde ese entonces se han desarrollado muchísimas técnicas diferentes, se ha experimentado con distintos materiales, y la tecnología disponible continúa transformando la industria. El auge de las uñas de porcelana fue tan grande, que pasó de ser un producto norteamericano a uno mundial; la demanda de las mujeres alrededor del mundo es lo que ha mantenido la industria y ha dado lugar a tantas tecnologías y técnicas.



1.1.2 Tendencias de uñas 2021

Las uñas se han convertido en el nuevo objetivo de belleza y más aún en un año en el que las manos se encuentran más que visibles en detrimento del maquillaje del rostro con las mascarillas en unos meses marcados por la pandemia. Sin embargo, dejando atrás el 2020 y mirando hacia 2021, hemos hablado con los expertos en manicuras para que nos desvelen cuáles serán los colores de esmaltes que serán tendencia y cómo llevaremos las uñas más cortas y más largas con las manicuras y diseños más inspiradores.

La manicurista de Tamara Falcó, Lorena Aguirre, nail artist de Manos de Seda apunta que “hay que prepararse para un resurgir en todos los sentidos, por lo tanto apostaremos por los colores intensos, en toda la gama de rojos desde el más oscuro hasta el más claro y vibrante que nos anime y nos haga sentir guapas, sin discriminar entre las uñas cortas o largas porque lo realmente importante son los buenos acabados”.

El manicure con formas orgánicas, artesanales y abstractas se coronará como uno de los más importantes en el 2021, seguido por los nail art geométricos y florales con juego de transparencias. Hablando de los diseños de uñas más sencillos, el manicure francés también seguirá teniendo participación estelar en todas sus versiones, solo con la punta más delgada que la clásica.

1.1.3 Tendencia inclusiva

Históricamente, un acto tan simple como pintarse las uñas ha sido considerado ‘cosa de mujeres’. Lo que seguramente no sepas es que, hasta

la Edad Media, pintárselas de un color u otro era la manera utilizada en algunos lugares para distinguir a los ciudadanos por estratos sociales. De hecho, los romanos pasaban horas haciéndose la manicura antes de ir a batallar. No se sabe en qué momento los hombres dejaron de usar productos cosméticos. Y tampoco sabemos por qué ver a un hombre con las uñas perfectamente decoradas sigue generando dudas sobre su orientación sexual, o incluso haga que le tachemos de ‘freak’.

Actualmente, parece que ha habido un pequeño avance debido a que existen una gran cantidad de anuncios dedicados a productos de belleza hechos exclusivamente para hombres: maquinillas depilatorias, maquillaje, colonia... Pero a pesar de los esfuerzos por cambiar la situación de desigualdad entre géneros, sigue sin ser suficiente. Esto se debe a que las propias campañas publicitarias separan los anuncios destinados a los hombres de los que van dirigidos hacia mujeres. Lo mismo ocurre con los productos, que son exactamente iguales salvo por la distinción de ‘for men’ o ‘for women’ que tanta controversia sigue causando.

Sí es cierto que la línea que separa lo masculino de lo femenino cada vez se encuentra más difuminada, pero todavía queda un largo camino que recorrer. Esta senda metafórica está siendo allanada por muchos famosos, entre ellos Bad Bunny, que ha dejado atrás todos los estereotipos y está aportando su granito de arena para que cada día estemos más cerca de romper con los cánones establecidos.

1.2 Emprendedores

1.2.1 We Love Nails

We Love Nails (Amamos las uñas). Este no solamente es el nombre de un bar en Bogotá, sino el proyecto ganador en Colombia del concurso de emprendedores que realiza cada año en el mundo la organización EO-CSEA, con sede en Washington. Es más, tras ocupar el primer lugar en el país, esta semana concursará en la capital estadounidense por el premio mundial de emprendedores.

Se trata de un sitio exclusivo para mujeres, diseñado por las estudiantes universitarias Daniela Moscarella y Andrea Novoa, en donde las damas pueden hacerse arreglar las uñas, cortar el cabello, tinturarlo, peinarlo, maquillarse, comprar accesorios y productos de belleza, en un ambiente soñado por ellas. El negocio tiene cuatro grandes diferencias en comparación con los otros de este tipo. La primera es que en We Love Nails las mujeres pueden compartir un coctel, tomar un café, un té, una cerveza o disfrutar de unas onces, un refresco, un helado, un postre y hasta un plato a la carta, mientras son atendidas por personal especializado.

El proyecto, que fue ideado por Daniela Moscarella, estudiante de administración de empresas del Cesa, arrancó en 2012, en sociedad con su mejor amiga, Andrea Novoa, estudiante de Comunicación Social y periodismo de la Universidad Javeriana. La iniciativa ganó en octubre pasado el premio EO-CSEA en Colombia, y esta semana representarán al país en Washington en el concurso mundial de jóvenes emprendedores, dotado con una asignación de 10.000 dólares y una serie de asesorías gratuitas de expertos mundiales en materia de administración y gestión empresarial.



1.3 Comercio Digital

1.3.1 La evolución del comercio digital en tiempos de pandemia en México

Ante el actual contexto en el mundo por la pandemia del COVID-19, las personas hemos tenido que enfrentar nuevos retos debido a una situación completamente atípica, en la cual la mayoría nos encontramos confinados en nuestras casas. Estas batallas son aún más grandes para los negocios de sectores que no son de primera necesidad, al estar imposibilitados de operar en puntos de venta físicos; por ello, el e-commerce se ha vuelto un modo de supervivencia para estos mismos.

No obstante, a la par de esta crisis, se han ido manifestando cambios radicales en los hábitos de consumo de las personas a consecuencia del distanciamiento social, la desestabilización económica e incluso, las adecuaciones en el entorno laboral mismas que marcarán la pauta de una nueva economía digitalizada que persistirá aún después del confinamiento y contribuirá al crecimiento del comercio digital. Previo a la pandemia, el comercio electrónico en México ya contaba con un gran desarrollo, tan solo en 2019 la cantidad de ventas online mostró un crecimiento del 24% respecto al año anterior, de acuerdo con datos del Estudio de los Hábitos de las Compras en Línea de los Usuarios de Internet en México.

Estas son algunas recomendaciones importantes que podrían tomar en cuenta las empresas para posicionar adecuadamente su negocio de manera digital y poder hacerle frente a la crisis:

1. En estos momentos es importante ofrecer diversos canales de con-

tacto para poder llegar a una mayor variedad de clientes, es decir, identificar las diferentes plataformas que utilizan para comprar y priorizar cuáles son las más utilizadas. Así, es posible implementar en cada una diferentes estrategias haciendo uso de elementos como texto, imagen, video, audio, entre otros.

2. Lo anterior es fundamental, ya que para atraer la atención de potenciales públicos debe tomarse en cuenta que están en casa y, ante el panorama actual, para establecer contacto, el mayor esfuerzo debe venir de nuestra parte, es decir, si los clientes no vienen a ti, tú vas a ellos. Para esto, hay una variedad de herramientas que pueden ser empleadas tales como webinars, lives y posts en redes sociales, servicio a domicilio express, entre otros.

De igual manera, hay que reconocer los grandes beneficios que nos ha brindado y brindará la tecnología durante este tiempo de crisis, en la cual tanto las empresas, las comunidades especializadas como los ciudadanos se han unido para encontrar soluciones basadas en la exposición de distintas necesidades.

3. La tecnología es un gran aliado, al jugar un papel fundamental en dos aspectos importantes: apoyar que las actividades productivas sigan operando activamente, y ayudar, a través de desarrollos tecnológicos recientes, a crear soluciones para los sectores de salud, comunicación y distribución-movilidad.

Hay incertidumbre sobre muchas cosas que no podemos anticipar y, como hemos mencionado, el e-commerce, así como muchos otros aspectos, saldrá fortalecido de esta crisis. Por un lado, los hábitos de consumo de las personas irán cambiando y, por el otro, las empresas valorarán más la fidelidad y gustos de sus clientes.

4. Sin embargo, debido a que la venta de productos será en línea para entregarlos a domicilio y la prestación de servicios vía remota, es indispensable tener un plan de logística muy bien definido antes de iniciar un posicionamiento o incorporación al mundo digital porque la dinámica de tiempos de entrega o atención pueden llegar a triplicarse, porque debemos anticipar a nuestros clientes dichos detalles.

5. No esperemos volver a la normalidad porque la actual pandemia vino a cambiar y modificar por completo nuestro estilo de vida. De ahora en adelante, no queda nada más que apropiarnos de cada uno de los cambios que vayan presentándose para estar al pendiente de las dinámicas que permitirán seguir empujando cada negocio con estrategias innovadoras.

1.3.2 Regulación del Comercio Digital en México

En este ámbito, México ha realizado una serie de cambios en su marco legal y jurídico. Sin embargo, un aspecto fundamental es el comercio transfronterizo, resultante de los tratados y acuerdos comerciales. El tema del comercio electrónico, por su parte, se lleva conforme al tratado inte-

gral Transpacífico.

Actualmente se tiene la necesidad de homologar los principales socios comerciales de México. Así como también el reconocimiento de firma electrónica en los tratados de libre comercio. Adicionalmente establecer medidas jurídicas para tipificar las actividades y la penalidad en las operaciones delictivas. De igual manera, en materia de seguridad, se coordinan estrategias en ciberseguridad y privacidad. También se apunta a actualizar y robustecer los mecanismos de mediación y solución de controversias, que agilicen el goce de derechos y la reparación de daños. Adicionalmente se establecen los extremos legales que limiten y regulen la responsabilidad de los intermediarios en materia de derechos humanos, y propiedad intelectual. También el libre flujo de la información personal fuera de las fronteras es objeto de revisión. Informando al titular de los datos y con medidas de seguridad adecuada. Evaluar los ajustes pertinentes en su marco legal conforme al Realmento Gene-



Capítulo II

Marco Conceptual



A lo largo del tiempo, se han implementado diversas formas de belleza en las mujeres, desde maquillaje, tratamientos capilares, mascarillas faciales y lo que hasta ahorita tiene un auge mayor, que es la aplicación de uñas y las extensiones de pestañas; sin embargo en todas estas técnicas hay una inmensa variedad de términos que no son tan fáciles de entender o explicar si no estás envuelta en este ámbito, como se mencionan a continuación.

1.1 Formas de uñas esculturales

El mundo de las uñas, está en constante cambio, ya que siempre buscan innovar o regresar algunas cosas que habían aparecido antes. Las uñas esculturales ya tienen algún tiempo de que se practican, sin embargo a pesar de que no son términos nuevos, el hecho de que estén en otro idioma, hace que las personas no tengan tanta retención de ellos.

1.1.1 Stiletto: uñas stiletto que, como su nombre lo dice, están inspiradas en los stiletos, zapatos de tacón fino y altísimo. En esta propuesta, las uñas son muy largas y con terminación en pico, creando un efecto de garra, lo cual hace que los dedos se vean más estilizados, pero, dicho sea de paso, no las hace las más prácticas ni cómodas para las labores cotidianas.

1.1.2 Coffin: significa ataúd en español y es el nombre que se le da a un tipo de decoración de uña que consiste en utilizar uñas postizas de forma rectangular en la parte superior y con los colores o decorados del momento. La primera famosa que utilizó este estilo que rápidamente se convirtió en una tendencia fue Kylie Jenner y a partir de allí muchas chicas se le unieron.

1.2 Técnicas en uñas

1.2.1 Plastiline: es un gel para realizar nail arts y decoraciones, ideal para crear diseños en 3D y 4D sobre reconstrucciones en gel, acrílico y acrygel.

1.2.2 One Stroke: traducida al español “De un solo trazo” proviene del arte de la pintura, es una de las últimas tendencias en uñas, es una técnica versátil que se caracteriza por sus diseños muy femeninos. El objetivo principal de esta técnica es crear profundidad, color y luz aplicando un solo trazo con el pincel.

1.2.3 Milk Bath: Se define como manicura de baño de leche, es una manicura cuya inspiración está en un tradicional tratamiento de belleza y relajación que consiste en bañarse en una mezcla de agua y leche con flores secas en suspensión. Así, las uñas estilo baño de leche se diseñan recreando esas flores sumergidas que dan lugar a una manicura de tonalidad lechosa de lo más delicada en la que destacan esas pequeñas florecillas de alegres colores.

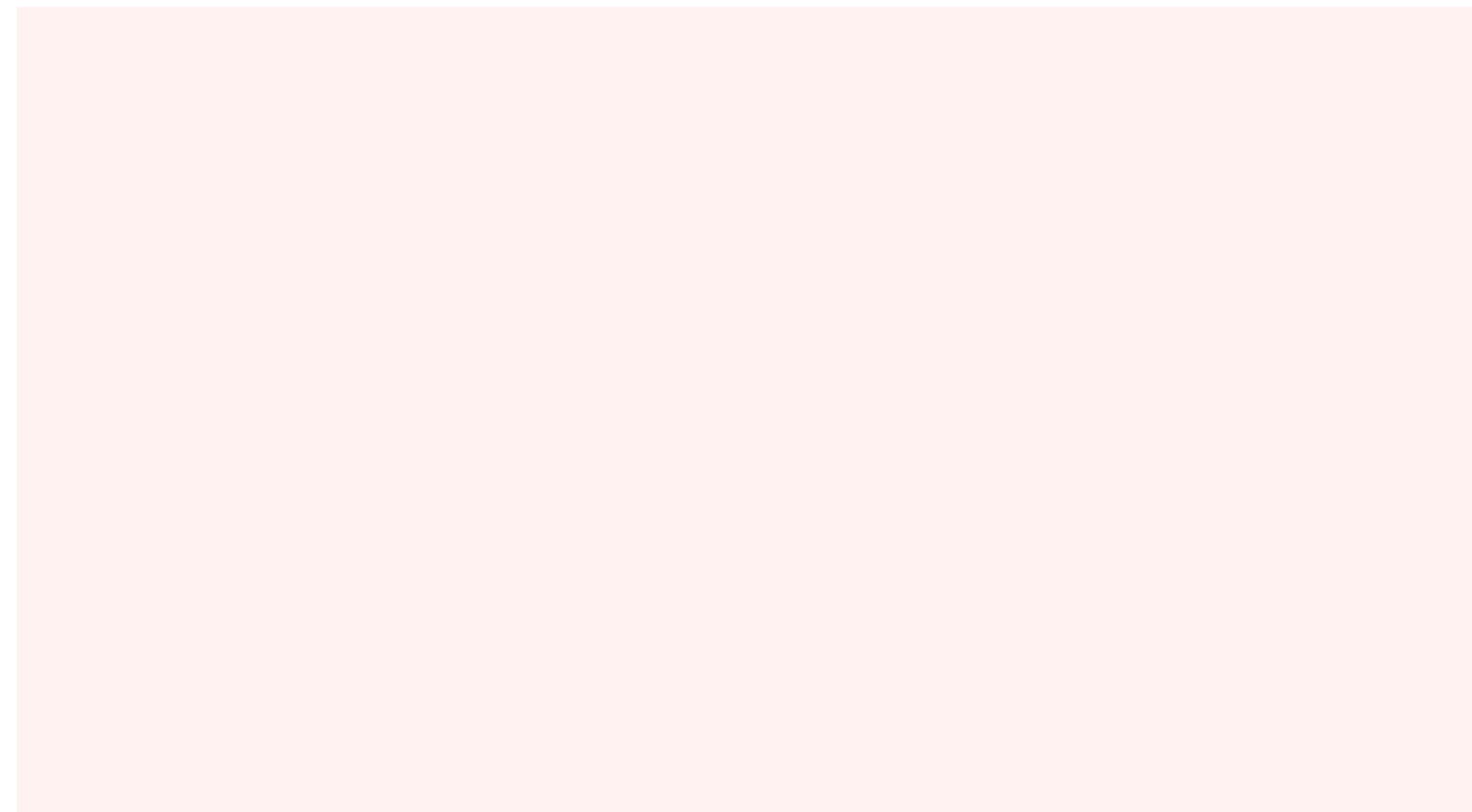
1.2.4 Baby Bommer: Las uñas baby boomer son una nueva técnica de uñas que está muy de moda en 2021. También se conocen como french faded ya que se trata de una especie de manicura francesa difuminada, es decir, que no se vea el corte entre la parte blanca y rosa de la uña. Por lo tanto, las uñas baby boomers son una manicura francesa que logra tres colores haciendo un efecto degradado muy sutil y que hace que las uñas de porcelana o de gel parezcan más naturales.

1.3 Técnicas de uñas

1.3.1 Acrigel: es una técnica de esculpido de uñas que combina dos productos excelentes como son el polvo de acrílico y los geles de esculpido. El gel que se emplea en esta técnica es un gel especial para trabajar con polvos acrílicos.

1.3.2 Dry Manicura: Esta técnica es perfecta para un esmaltado semipermanente y se realiza con el propósito de dejar la uña limpia y sin detalles adicionales, para que el diseño y color que le das a la uña luzca con mayor intensidad.

1.3.3 Pedicura Spa: La pedicura spa es esta rama de la pedicura que se encarga de ofrecer un tratamiento intensivo para cuidar de nuestro pie de forma profunda. No solo se centra en mejorar su apariencia sino, también, en aportarle tratamientos relajantes que mejoren el flujo sanguíneo, relajen los músculos y se renueven los tejidos.



Capítulo III

Metodología

3

3.1 Planteamiento del problema

Un gran porcentaje de la economía en México está basado en pequeñas y medianas empresas de las cuales no tenemos conciencia, pero que aportan más de lo que creemos. Es por ello que es necesario mantenerlas a flote ya que nos facilitan ciertos productos y servicios que usamos en la vida cotidiana.

Para su crecimiento y expansión es importante que tengan una manera eficaz en cuanto a la comercialización y comunicación que hay con los clientes, es ahí donde el diseño tiene un papel fundamental, ya que es la imagen y la estructura de sus procesos, desde cosas básicas como simple contenido multimedia, hasta una campaña ya más especializada. Es cierto que en estos tiempos es muy común el acercamiento que tenemos con muchas personas en redes sociales o en línea, y esto ha ayudado a que el comercio digital haya dado un gran paso y que cada vez más personas conozcan y se interesen por esto, o más bien se ha convertido en una herramienta principal o hasta una necesidad como en este último año.

Debido a la falta de recursos o de conocimientos sobre este tema, las personas han optado por crear su propio contenido con los recursos que cuenta, sin embargo este no es del todo bueno y no cumple con los principales objetivos que debería, y como se habla de que es una herramienta cada vez más común, es necesario que sea accesible tanto del uso como de la ubicación de las mismas, por esa razón las redes sociales se han convertido en una oportunidad para el comercio electrónico y que no debemos dejar de lado.

3.2 Objetivos

- El acercamiento de entre los usuarios y Sadis Torres, para que tengan una mejor interacción, para así lograr el incremento de ventas para este negocio con la ayuda de recursos digitales atractivos que brinden confianza para las personas que se interesen en estos servicios.
- La creación de sistema de comunicación gráfica, que en este caso es un EBOOK interactivo donde los usuarios puedan ver a detalle los productos y servicios que se ofrecen en Sadis Torres, así como información más a detalle de cada una de las categorías de la oferta del negocio, para facilitar más la experiencia del usuario y que sea más fluida alguna cotización en dado caso que la requiera.
- Producción de imágenes y breves videos que expliquen e ilustren el uso de los productos así como información necesaria de cada uno de los servicios que se manejan. Dentro de este objetivo también está la creación de cursos en línea que hagan que Sadis Torres pueda llegar a más lugares sin necesidad de que sea presencial y que sea más accesible para las personas que estén interesadas, ya que cuenta con seguidoras en el interior de la república e incluso de otros países.



3.3 Justificación

La situación en la que nos encontramos actualmente y los avances que hemos tenido en la sociedad en cuanto a la tecnología y comercio electrónico, han hecho que cada vez sean más utilizadas las herramientas y los recursos digitales que nos pueden ofrecer diversas compañías o negocios que son de nuestra confianza; hoy en día es muy común descubrir que hay aplicaciones, páginas web o tiendas digitales de lugares a los que todo tenía que ser presencial y que con estos avances, puedes entablar comunicación con ellos sin salir de casa, lo que se ha vuelto parte de nuestra vida en este último año principalmente. Derivado de esto, es necesaria la creación de contenido que permita interactuar de manera mejor a los usuarios y así aumentar los posibles clientes y mantener los que ya se tienen. Esta es la principal razón por la cual este proyecto se ve atractivo, ya que ahora es muy fácil encontrarnos con contenido electrónico tanto en plataformas de internet, como en redes sociales pero que no todo es funcional.

3.4 Antecedentes

A lo largo de la historia hemos tenido contenido que nos ayuda a tener alguna referencia de productos o servicios que algún negocio o compañía nos oferta en el mercado, lo único que ha cambiado es la forma en la cual se transmite. Es muy común ver carteles o revistas en cuanto al ámbito tanto de moda como de belleza, los cuales nos sirven para identificarnos y atrevernos a probar algo nuevo, pero sin duda la tecnología ha causado un cambio en la manera de comunicarnos y transmitir la información. Muchos negocios han optado por revistas electrónicas las cuales hacen que la interactividad funcione de una manera mejor que en físico, además que ayudamos al medio ambiente, ya que se ahorra el gasto del papel de la impresión, además del tiempo para completar su proceso, esta alternativa mejora en muchas razones esta oportunidad de comunicación y que sin duda son un paso al futuro que veíamos tal vez más lejano, pero que ya estamos viviendo.

Capítulo IV

Definición de la propuesta

4

4.1 Diseño y sociedad actual

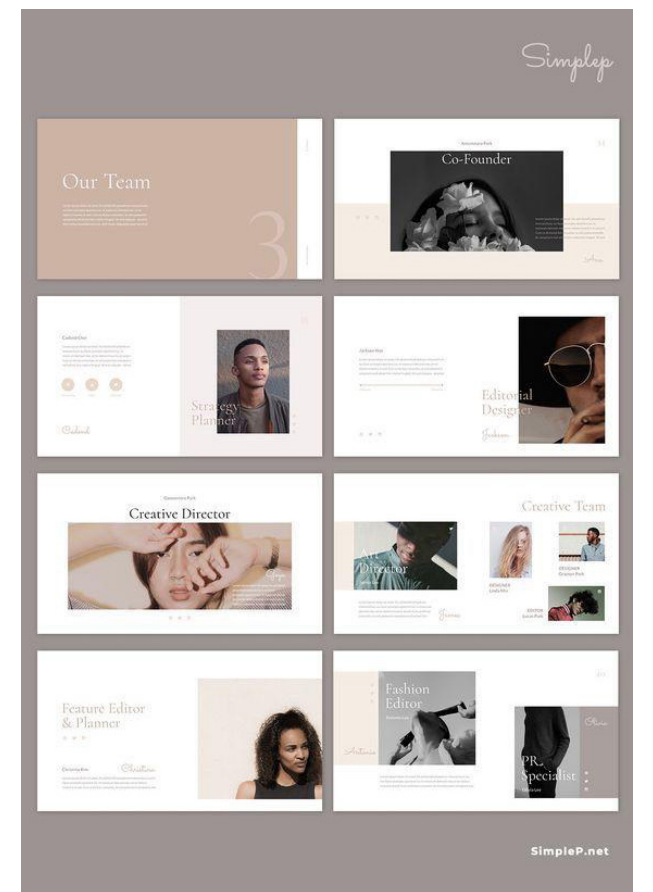
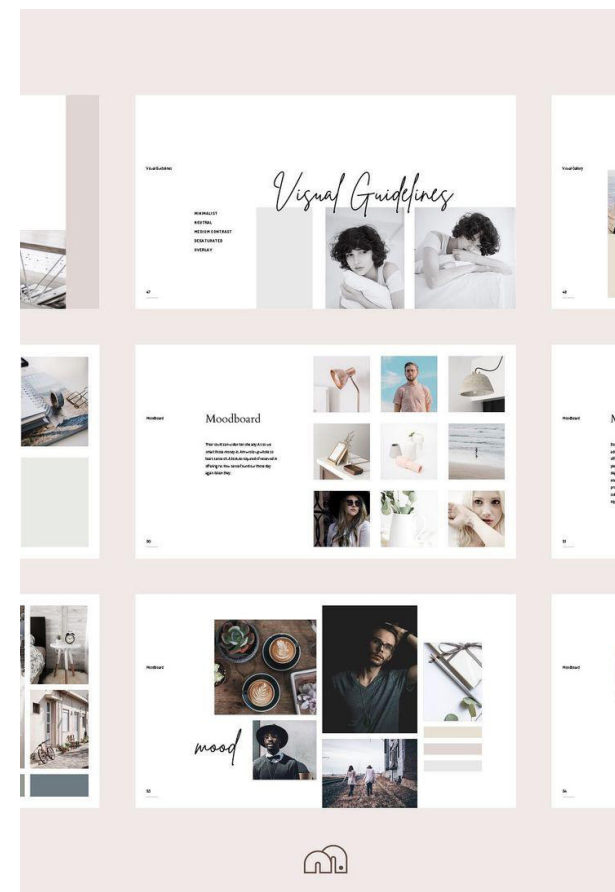
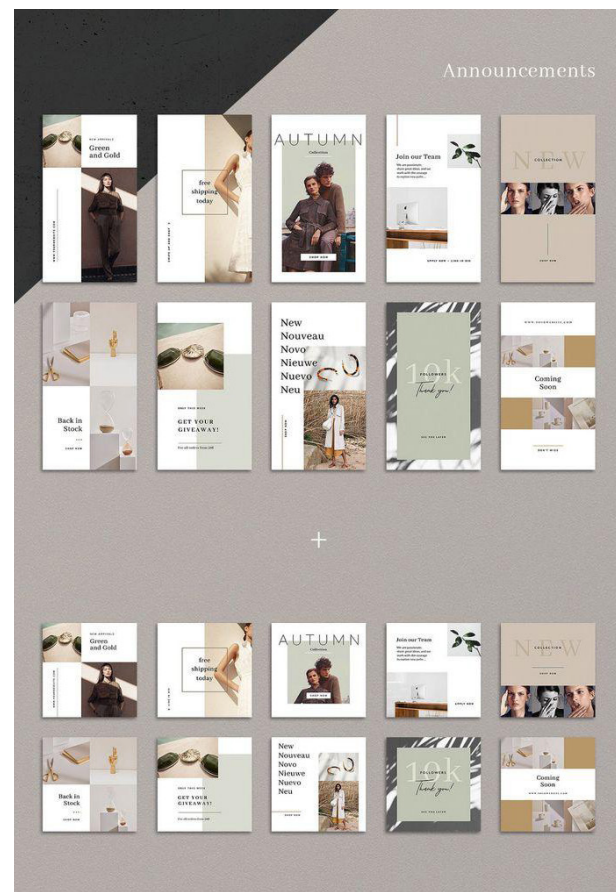
Siempre se ha minimizado al diseño gráfico, porque las personas normalmente tienen la creencia que el diseño únicamente se encarga de cosas simples y que cualquiera puede hacerlo, sin embargo es una profesión que merece el mismo respeto que cualquier otra y que sin duda hoy en día vale mucho, ya que ante la emergencia de crear contenido, muchas personas han recurrido a crearlo de manera independiente o con aplicaciones que dan plantillas, imágenes o textos predeterminados que no están cumpliendo con la autenticidad que debería tener, y que aunque se cumple la función de comunicar, es como si estuvieras compartiendo algo con cualquier persona que tiene acceso a dicha información. Ahora que las personas estamos más en contacto con nuevas tecnologías y que esto prácticamente está moviendo la forma en la que percibimos nuestra realidad, tiene una mayor influencia el comercio digital, el cual requiere de estrategias funcionales y sugerentes que respondan a la problemática que se vaya presentando de acuerdo a nuestro contexto.

4.2 Comunicación visual

La relación visual que se pretende lograr en este proyecto, es que el usuario logre identificar un sentido de permanencia al interactuar con el contenido creado, así como conseguir que sea funcionable, es que decir que se agilice el proceso de comunicación entre Sadis Torres y sus clientes, ya sea simplemente para obtener información sobre algún producto o servicio, como para estar al tanto de las actualizaciones que se presentan a diario, por lo tanto debe ser un lenguaje simple y entendible para el público al que va dirigido.

4.3 Referencias visuales

Dentro de las referencias visuales que se pueden encontrar en este proyecto se encuentran principalmente el minimalismo, que busca tener la menor cantidad de elementos en su diseño. Y aunque los elementos o las fotografías que se presentan no son totalmente minimalistas, la base de todo es así e inclusive las tipografías utilizadas buscan reforzar esa referencia. Todo esto está fundamentado en que los diseños o la mayoría de ellos tienen diversos elementos que roban la atención del usuario y se quiere que eso prevalezca para así lograr el objetivo de la comunicación.





4.4 Libro digital interactivo

Sadis Torres

Recurso digital para la promoción de productos y servicios que se propone es un libro interactivo que busca que Sadis Torres incremente sus clientes y que principalmente se cumpla la funcionalidad del diseño y de la comunicación efectiva entre ambas partes y así es importante mencionar que busca ser entendible y facilitar la experiencia, además que quede totalmente clara la información que este brinda, ya que esto es lo más viable dada la situación actual de pandemia en la que estamos viviendo.

Uno de los principales propósitos es que este sea difundido en algún sector de la población que sería Cuautitlán Izcalli, lo cual hizo que se eligiera Facebook como medio principal para la promoción del mismo, pero seguir creando contenido para las redes sociales secundarias.

4.5 Diseño
4.5.1 Logotipo



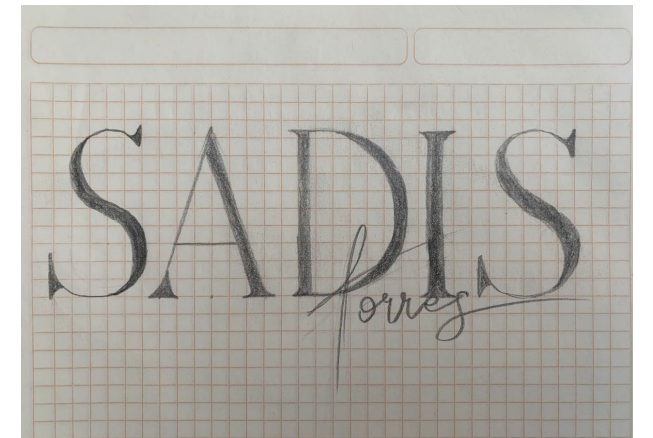
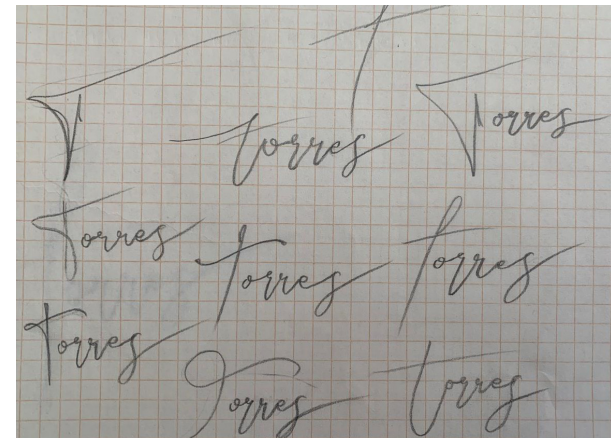
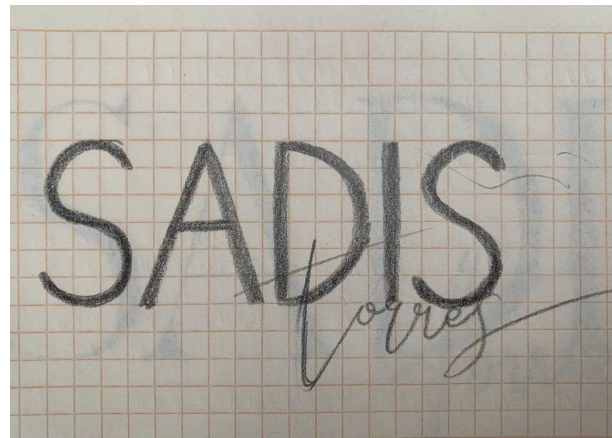
SADIS
Torres

4.5.1.1 Justificación del diseño

El diseño del logotipo va de acuerdo al nombre de la persona creadora y fundadora de esta micro empresa, que es Sadis Torres, ya que su nombre ha tenido pregnancia entre los principales usuarios del sector en el que ella se desenvuelve. Este diseño busca ser notable y distinguirse por lo cual en “Sadis” se utilizó una tipografía patinada y en mayúsculas, mientras tanto en “Torres” se usó una tipografía en caligrafía para así lograr denotar lo delicado que llega a ser este tema, ya que tiene que ver con el cuerpo, además los trazos finos que se requieren en su proceso.

4.5.1.2 Bocetaje

En esta etapa se inició desde los bocetos con la idea central del logotipo, el cual siempre fue dos tipografías que denotan significados diferentes.



4.5.1.3 Tipografía

Las tipografías empleadas en el logotipo, son Nomark en altas en “SADIS” y Santana en bajas en “torres”. La primer tipografía busca ser simple pero pregnante mientras que la segunda la delicadeza del tema que se trata.

Altas

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Números y signos

1234567890'¿!"#\$%&/0=?!@_[]+}{-.,

Altas

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

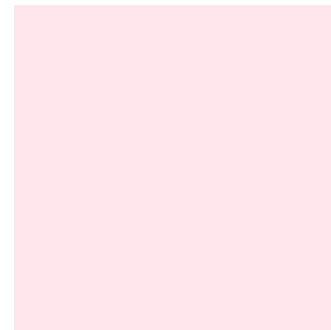
Bajas

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Números y signos

1234567890'¿!"#\$%&/0=?!@_[]+}{-.,

4.5.1.4 Color



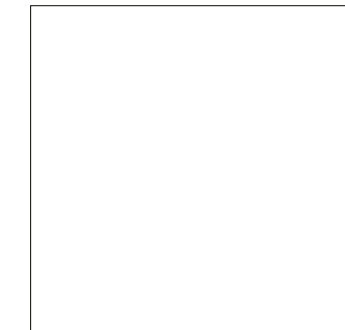
R: 255
G: 230
B: 236
fe6ec

C: 0%
M: 15%
Y: 3%
K: 0%



R: 0
G: 0
B: 0
000000

C: 91%
M: 79%
Y: 62%
K: 97%



R: 255
G: 255
B: 255
ffffff

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 0%

4.5.1.5 Implementaciones

Dentro de los usos que se le darán al logotipo principalmente es como marca de agua en las diversas fotos que se suben a las redes, también en papelería y en uniformes de trabajo.



CURSO DE
ESTRUCTURA
CON
Adán Ramírez

SADIS
torres



TEMAS:
Manicura
Estructuras de salón
Diseño de salón

Fecha: 15 de febrero
Horario: 9:30am a 6:00pm
Costo: \$1,100
Incluye diploma y coffee break

San Francisco Tepojaco Cuautitlán Izcalli, Estado de México.

56 2005 9468 Sadis Nails & Makeup torressadis

SADIS
torres

CURSO
**PROFESIONAL
DE APLICACIÓN**

Duración: 7 días (lunes a viernes)
Horario: 9:00am a 2:00pm
Incluye diploma y KIT

TEMAS:

- Anatomía de la uña natural
- Preparación correcta
- Uso correcto de Drill
- Aplicación de tip (natural, cristal y blanco)
- Limado
- Sellado perfecto
- Técnicas de perfeccionamiento:
- French Perfecto
- Encapsulados
- Mármol
- Baby boomer
- Ombre
- Técnica de navaja
- Aplicación de Glitter
- Armonía en diseños



El kit incluye todo lo necesario para trabajar en el curso.

Costo: \$4,000

Grupos reducidos para evitar aglomeración.
Aparta tu lugar con \$500

No. de cuenta:
5512382384636504

San Francisco Tepojaco Cuautitlán Izcalli, Estado de México.

56 2005 9468 Sadis Nails & Makeup torressadis

SADIS
Torres

PROPUESTAS DEL MES DE ENERO:

ENE
12


Curso de estructura
nivel 1

ENE
18

¡Sorpresa de
temporada!

ENE
25

Curso de
diseño de ceja

☎ 56 2005 9468  Sads Nails & Makeup  toressads



4.5.2 Libro interactivo

4.5.2.1 Tipografías

Altas

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bajas

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Números y signos

1234567890'!"#\$%&'()*=?;:;_[]+}{-..

Altas

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bajas

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Números y signos

1234567890'!"#\$%&'()*=?;:;[*]+}{-.,

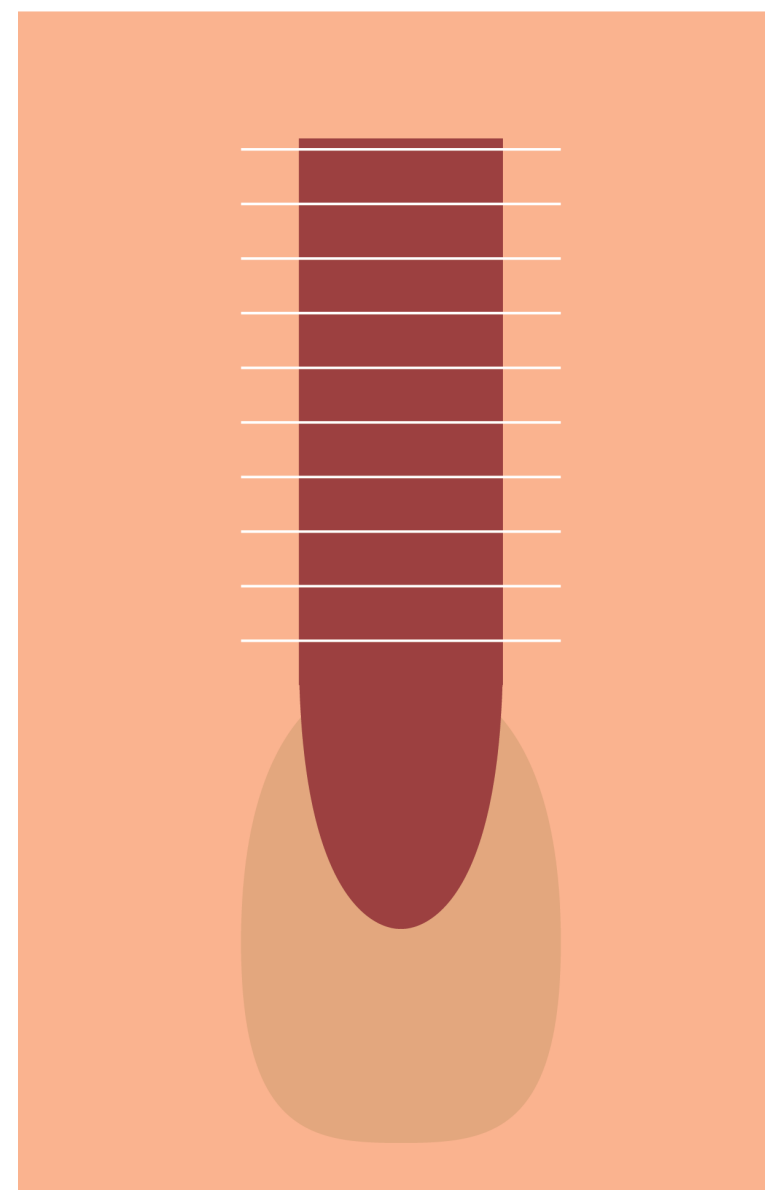
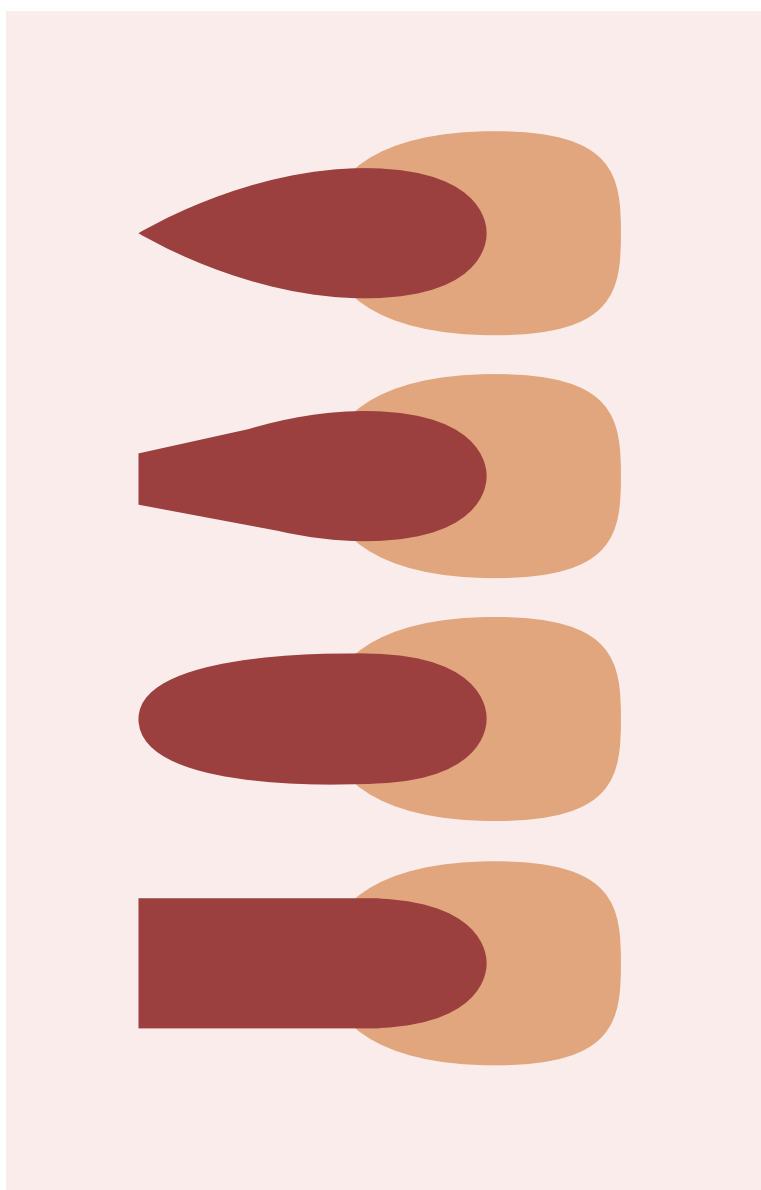
4.5.2.2 Contenido

El contenido de este recurso digital está dividido en tres categorías, las cuales son Uñas, Rostro y Cabello, estas a su vez están seccionadas por los diferentes servicios o productos que se ofrecen en Sadis Torres.





4.5.2.3 Ilustraciones



4.5.2.4 Interactividad

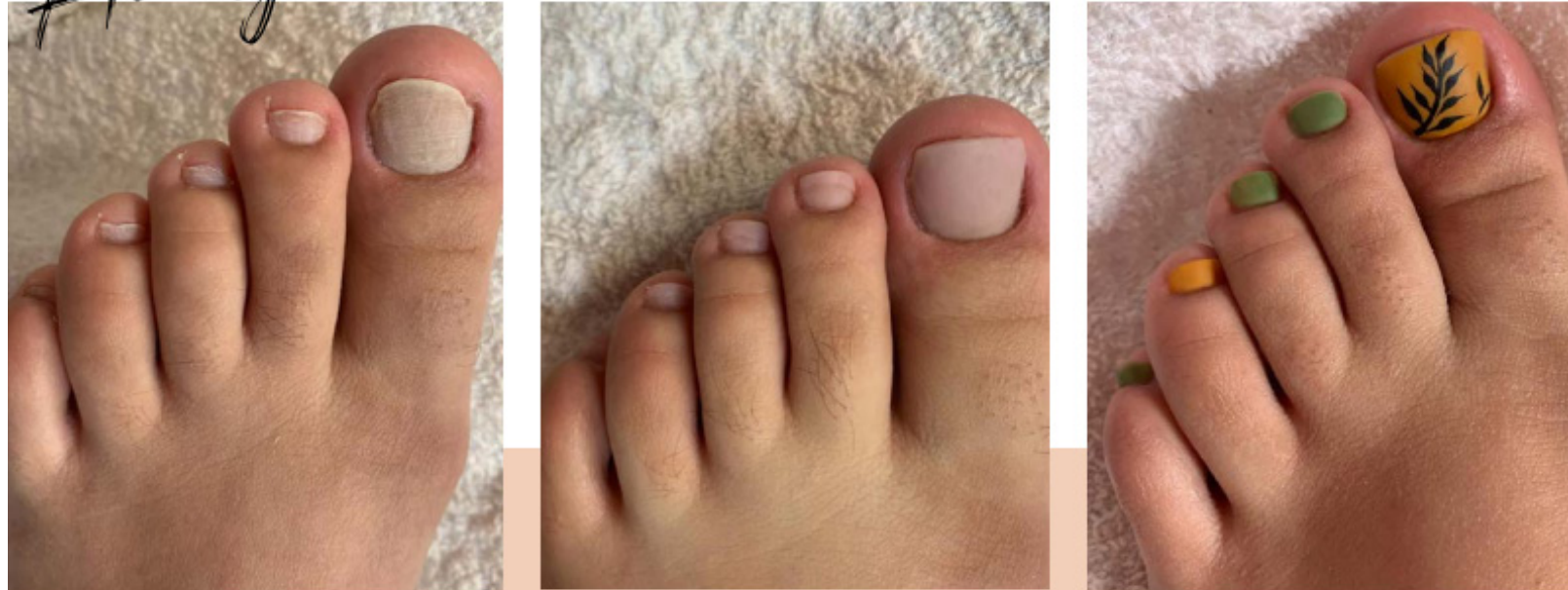
Como ya se presentó en los objetivos anteriores, se busca facilidad de navegación para el usuario, es por eso que se crearon diversos elementos que permitan al usuario interactuar de manera eficiente.



El índice está mencionado como “Contenido” el cual presenta diversas fotografías que ilustran cada sección del libro interactivo en el cual te encuentres y que a su vez te lleva al comienzo de cada una según sea el caso.

Acrigel

Proceso de acrígel, y de como algo tan sencillo se puede obtener un gran resultado.



AGENDAR CITA

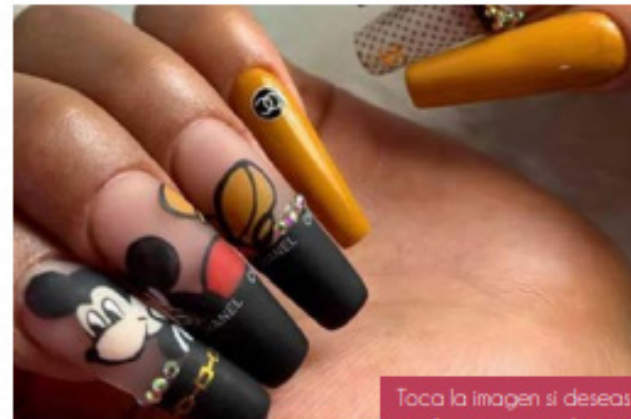


En algunas páginas importantes se colocó un botón que los lleva a la principal red social que se maneja que es Facebook.

De igual manera hay un ícono que te direcciona al índice o el inicio de la publicación.

Otro de los botones que se colocaron como texto es, "Agendar cita" el cual facilita el vínculo que puedes tener con la agenda la Sadis Torre para agendar citas para cualquier servicio que se requiera.

Caricatura

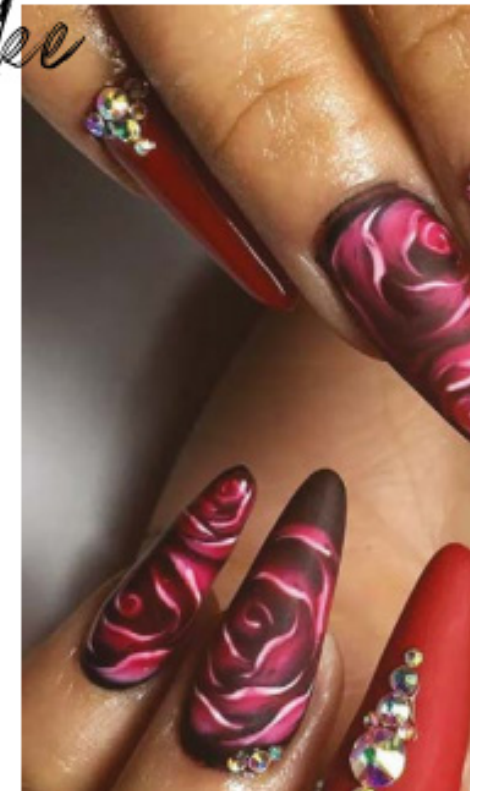


Toca la imagen si deseas ver el video de como se realizó este diseño.

  Sadis Nails & Makeup

One Stroke

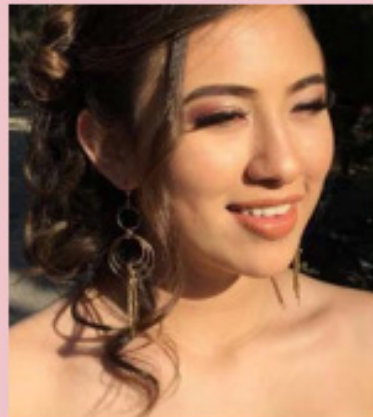
Es una técnica para pintar creada por la artista autodidacta Donna Dewberry, dicha técnica consiste en tomar dos colores con un pincel plano o diagonal y hacer una pincelada la cual dará como resultado un trazo de dos colores o tres si se hace un buen difuminado.



Ya que se habla de contenido variado en cuanto a las redes sociales, se crearon vínculos a videos que los usuarios pueden visitar.

SADIS *Corres*

SI TE INTERESA SABER MÁS SOBRE NOSOTROS NO
OLVIDES VISITAR NUESTRAS REDES SOCIALES Y VER
LOS DEMÁS CATÁLOGOS QUE TENEMOS PARA TI.



ROSTRO



CLOE

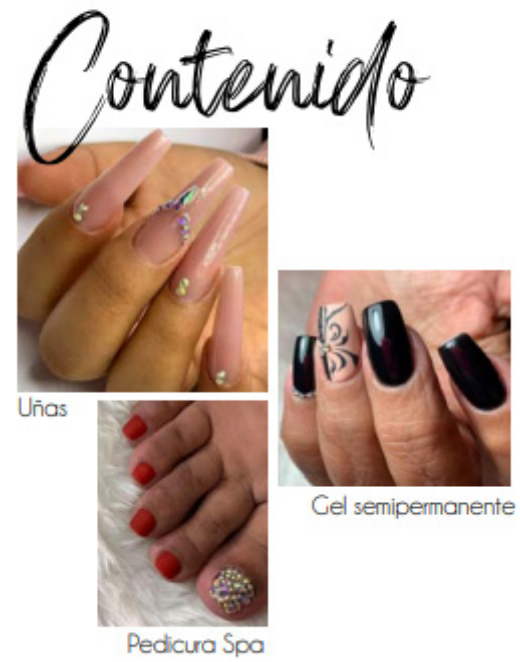


CURSOS

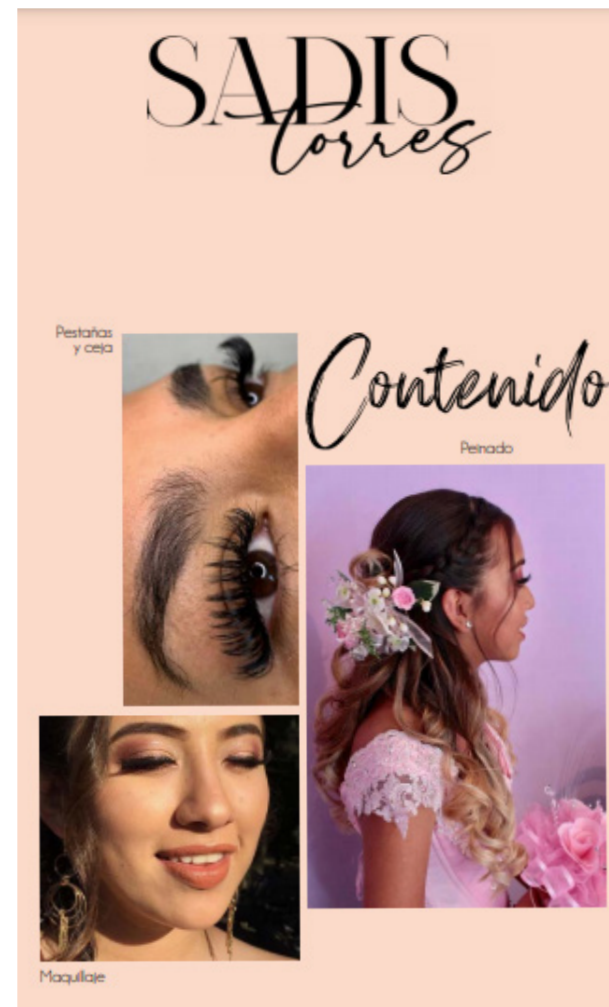
Al final de cada libro se mencionan los demás para que
los puedas visitar si son de tu interés.

4.5.2.5 Secciones

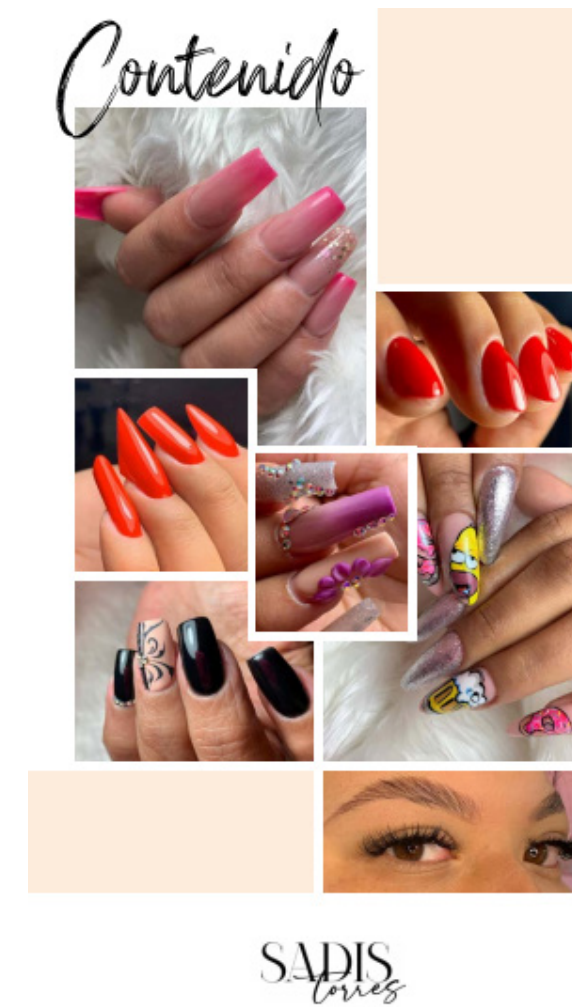
Cada libro interactivo viene con la explicación visual y escrita de técnicas o conceptos que son necesarios para su entendimiento.



Uñas

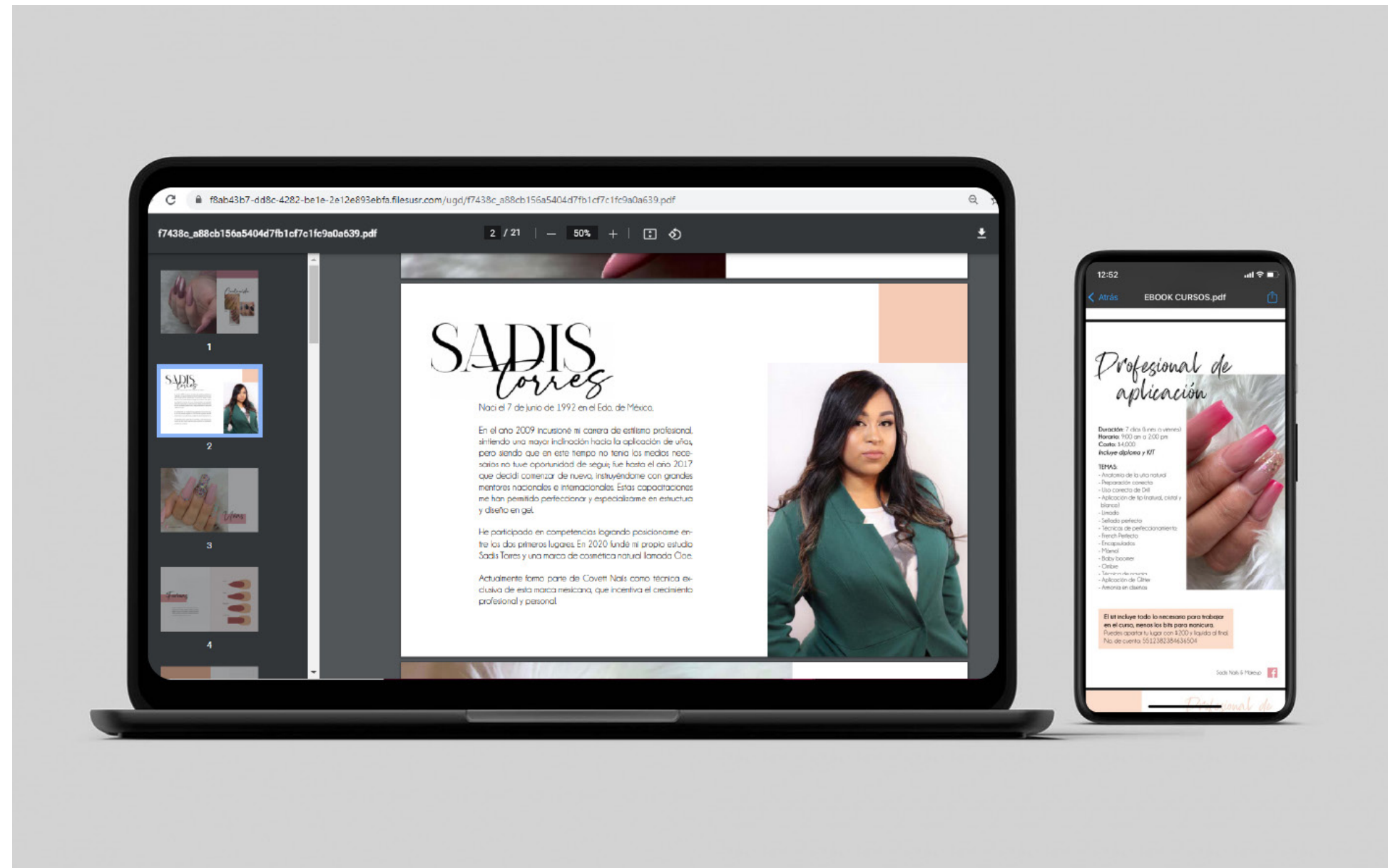


Rostro





Cursos


4.5.2.6 Mockup





4.5.3 Estrategia de difusión

La estrategia de difusión de este proyecto se basa en la publicación de contenido para redes sociales, de igual manera en ellas que estarán publicando los libros interactivos. La red social principal en la que se va a estar publicando la información, será Facebook, ya que los principales usuarios de Sadis Torres están más relacionados con esta plataforma, además es la red que tiene más seguidores e interacción por lo que muy conocida en el sector de Cuautitlán Izcalli, al que va dirigido el proyecto.

 Somos un conjunto de profesionales dedicados al cuidado de tu imagen, a través de servicios de alta calidad, ofreciendo toda esta experiencia en un ambiente acogedor como si estuvieras en la comodidad de tu casa. 

 2,189 personas les gusta esto

 2,266 personas siguen esto

 4 personas registró una visita aquí

 <https://wa.me/525620059468> 

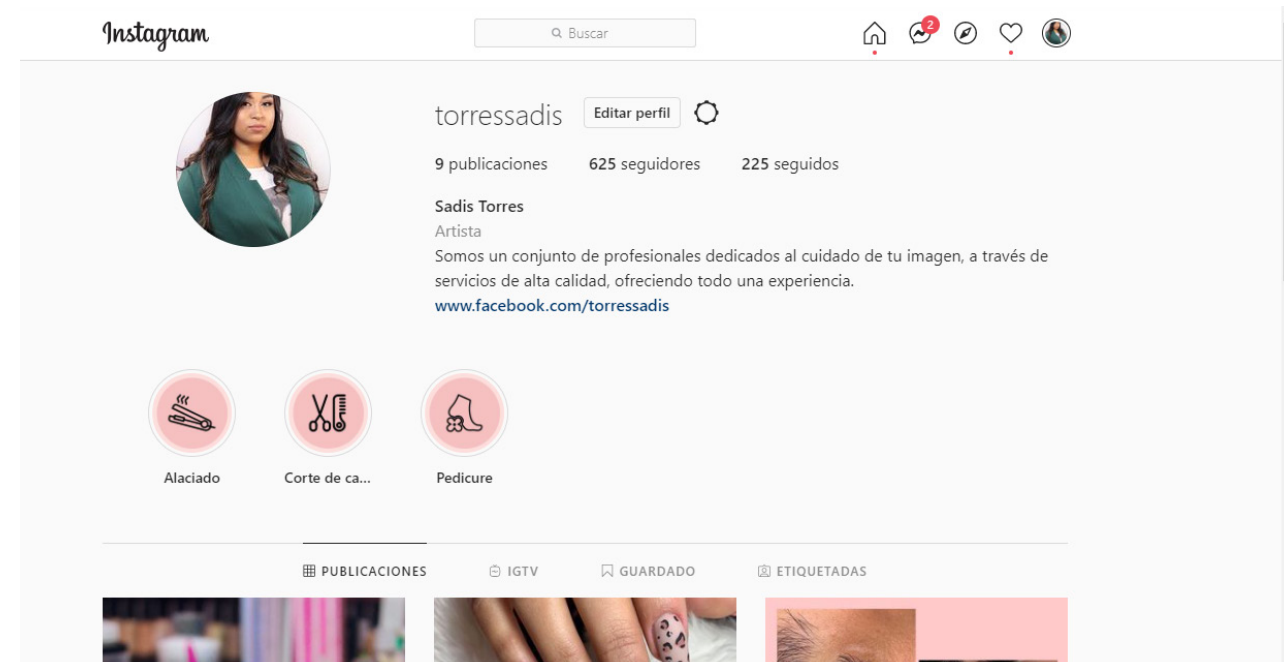
4.5.3.1 Redes sociales

The screenshot shows the Facebook page management interface for 'Sadis Nails & Makeup'. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Administrar página', 'Página', 'Noticias' (8 nuevos), 'Novedades' (111 nuevos), 'Administrar tienda', 'Bandeja de entrada' (14 mensajes nuevos y 22 comentarios nuevos), 'Tienda de apps de negocios', and 'Recursos y herramientas'. A blue 'Promocionar' button is at the bottom of the sidebar. The main content area features a large pink banner titled 'PROPUESTAS DE FEBRERO' with five dates: FEB 01 (Curso de diseño en gel 14 de febrero), FEB 02 (Curso profesional de aplicación de gel), FEB 08 (Curso profesional de aplicación de uñas), FEB 15 (Estructura nivel 1 Adán Ramirez), and FEB 25 (Perfeccionamiento en gel, diseño de salón). Below the banner is the profile header for 'Sadis Nails & Makeup' (@torressadis) with a bio: 'Belleza, cosmética y cuidado personal'. Navigation tabs include 'Inicio', 'Servicios', 'Opiniones', and 'Más'. A 'Promocionar' button and search icons are also visible.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Sadis Torres', which has 5 subscribers. The page includes a search bar at the top, navigation tabs for 'PÁGINA PRINCIPAL', 'VIDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'CANALES', 'DEBATE', and 'ACERCA DE'. Under the 'Videos subidos' section, there are two video thumbnails: 'Diseño Mickey Mouse | Sadis Torres' (2:02, 7 vistas, hace 1 día) and 'Cómics Nails' (0:17, 420 vistas, hace 6 meses). Buttons for 'PERSONALIZAR CANAL' and 'ADMINISTRAR VIDEOS' are located at the top right of the channel header.

4.5.3.1 Redes sociales

En esta red social se propuso un orden en cuanto a las publicaciones, es algo similar a un mosaico, ya que actualmente es una tendencia en Instagram y que sin duda puede agregarle un toque de personalidad a esta red, además que se convierte en contenido variado y mas personalizado.

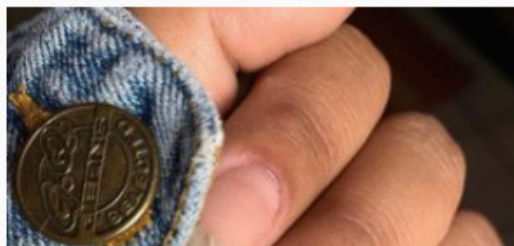
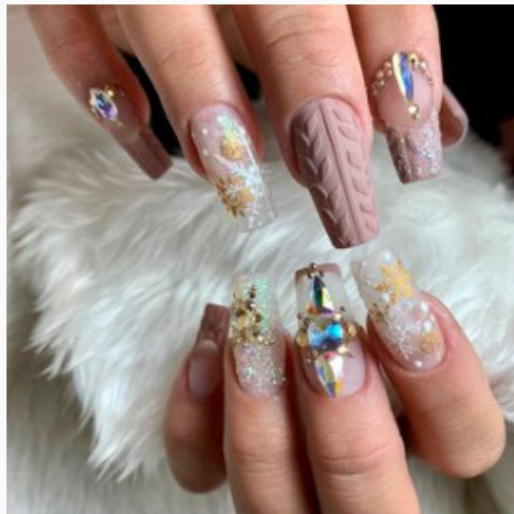
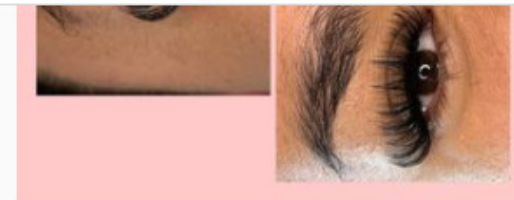
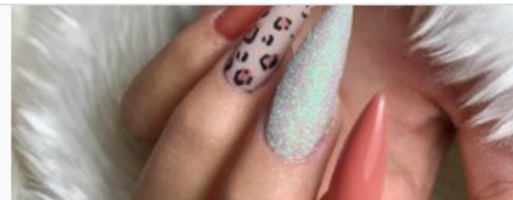
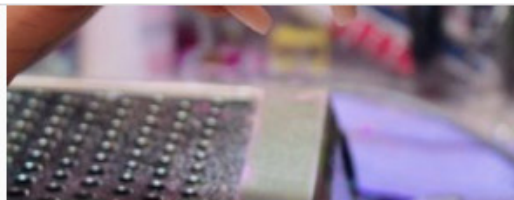


Instagram grid

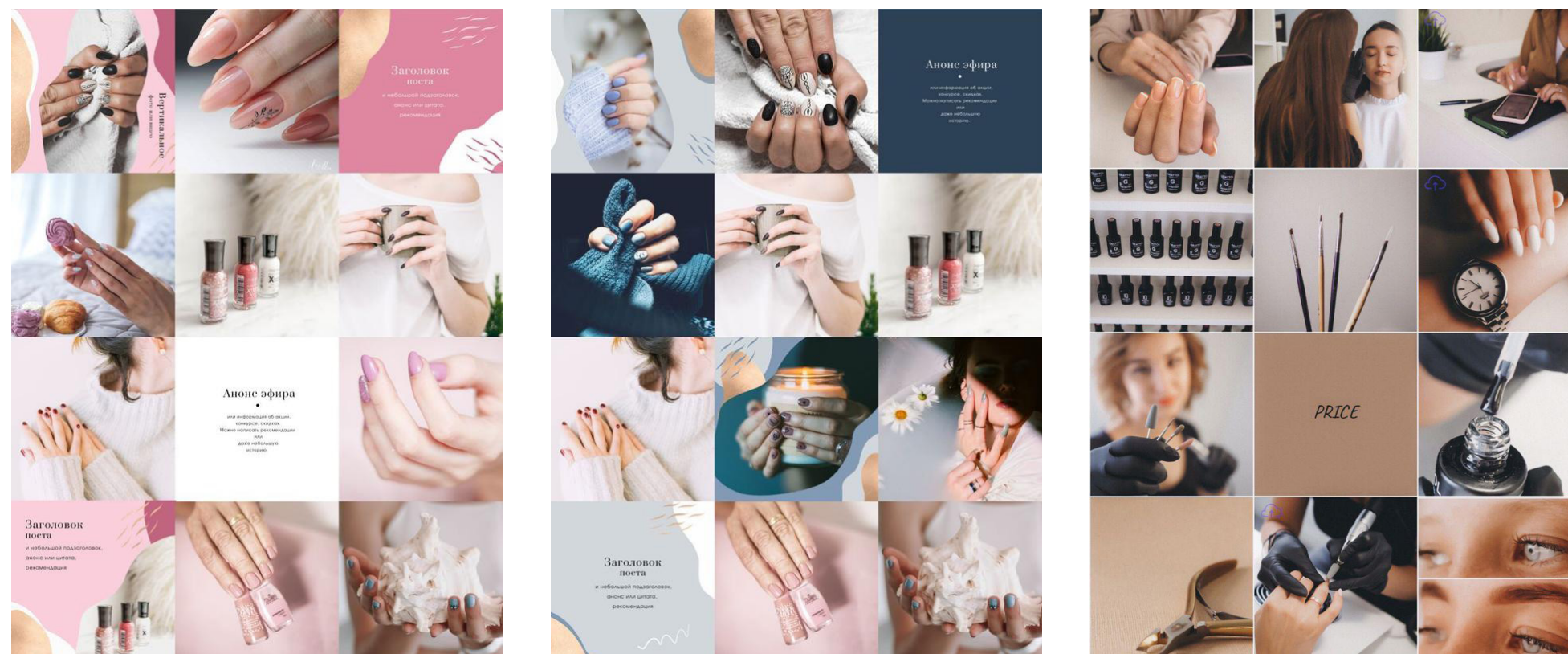
-  Fotografía uñas
-  Frase o información
-  Pestañas o ceja
-  Fotografía casual

Instagram

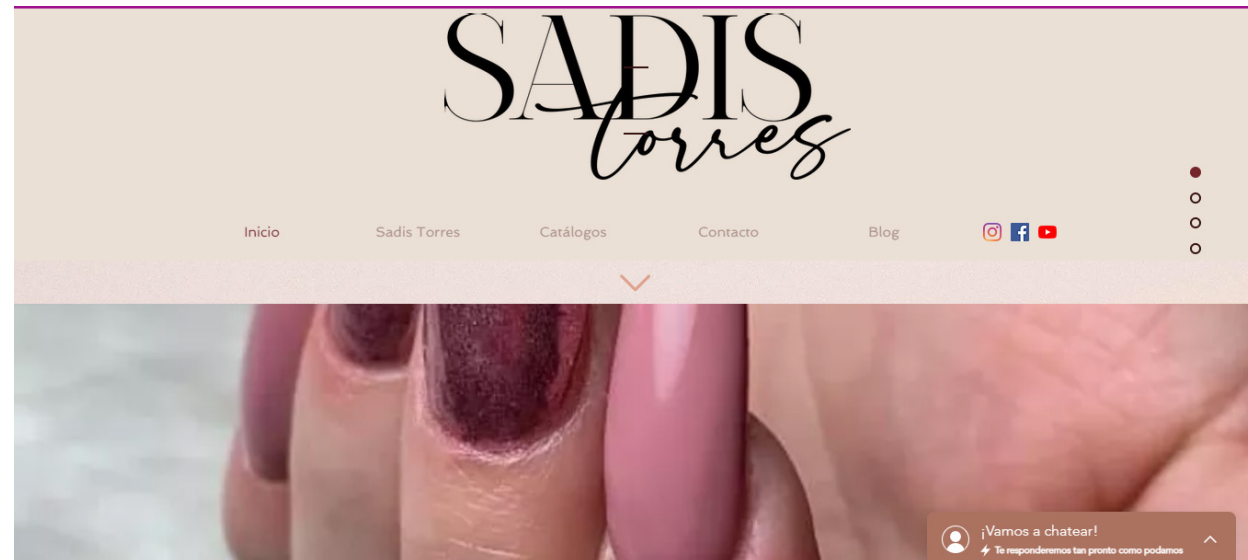
Q Buscar



4.5.3.2.1 Referencias visuales



4.5.3.2 Página web



La página web cuenta con un menú de opciones además de las redes sociales de Sadis Torres.



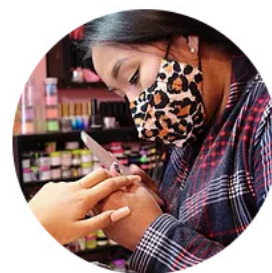
Ebook uñas

Si deseas saber un poco más acerca de la aplicación de uñas, desde tamaños, formas y algunas técnicas para hacer más fácil tu experiencia, checa este catálogo que te ayudará.



Ebook Rostro

Tenemos para ti diversas técnicas en aplicación de pestañas y como complemento el diseño de ceja, pero sin duda otro de los servicios estrella de Sadis Torres es el maquillaje y peinado para eventos.



Ebook Cursos

Si estás interesada o interesado en aprender todo lo relacionado con la aplicación de uñas, desde lo básico hasta perfeccionar tus técnicas, esto es para ti, checa toda la información al respecto.

Esta misma tiene un apartado donde es posible acceder a los libros interactivos que se crearon como sistema de comunicación.

También está la sección con una breve biografía de Sadis Torres para que quien visite la página pueda saber un poco más de ella.

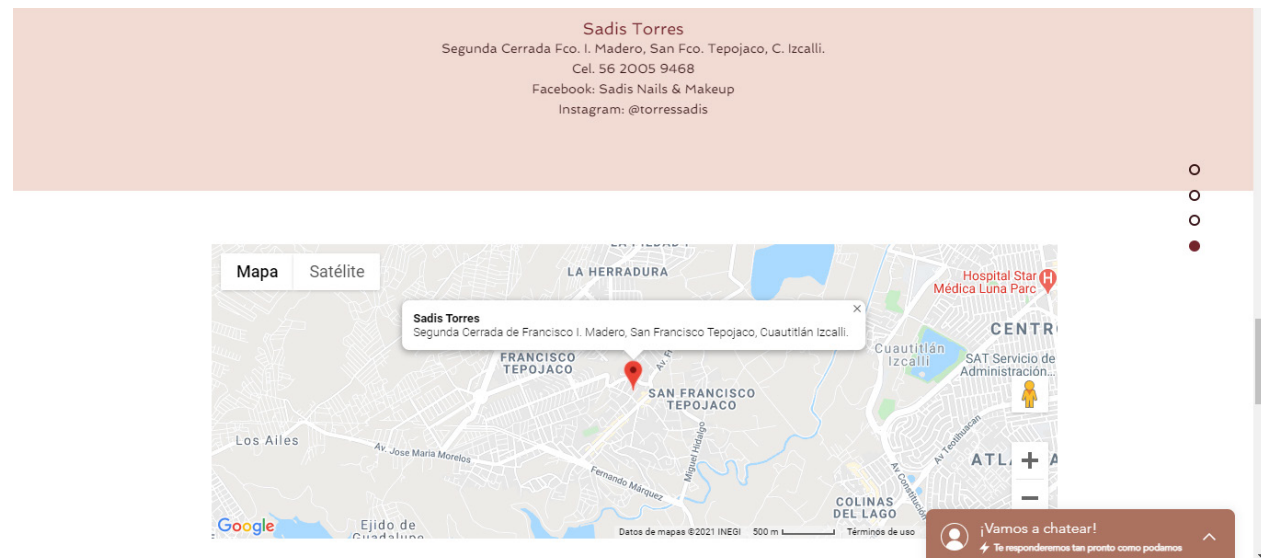
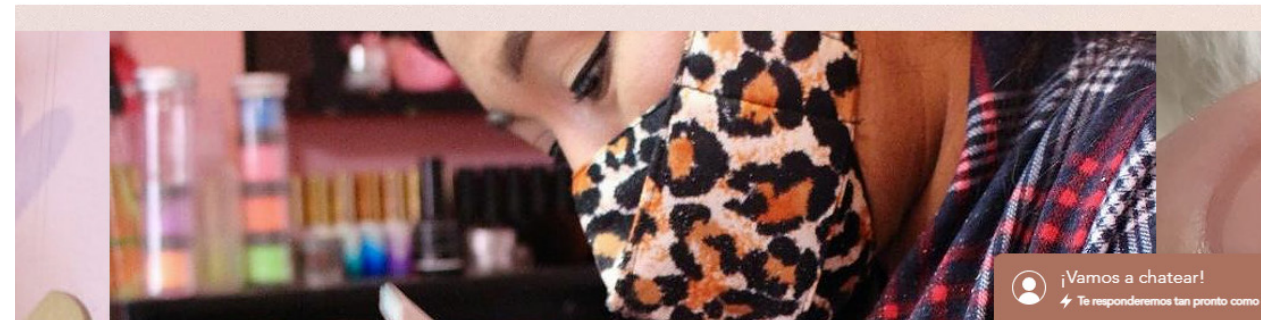
De igual manera cuenta con la dirección y el contacto para facilitar la visita.

Sadis Torres

Nací el 7 de Junio de 1992 en el Edo. de México.

En el año 2009 incursioné mi carrera de estilismo profesional, sintiendo una mayor inclinación hacia la aplicación de uñas, pero siendo que en este tiempo no tenía los medios necesarios no tuve oportunidad de seguir; fue hasta el año 2017 que decidí comenzar de nuevo, instruyéndome con grandes mentores nacionales e internacionales. Estas capacitaciones me han permitido perfeccionar y especializarme en estructura y diseño en gel.

He participado en competencias logrando posicionarme entre los dos primeros lugares. En 2020 fundé mi propio estudio Sadis Torres y una marca de cosmética natural llamada Cloe. Actualmente formo parte de Covett Nails como técnica exclusiva de esta marca mexicana, que incentiva el crecimiento profesional y personal.



Conclusiones

Para concluir este proyecto, puedo argumentar que este proyecto tiene miras hacia un futuro muy cercano y que puede ser totalmente funcional para cualquier otro negocio o empresa que requiera de algún sistema de comunicación para, ya que cuenta con fundamentos y herramientas suficientes para llevarlo a cabo.

Considero que este proyecto puede relacionarse con diversas disciplinas que lo ayudarían a crecer aún más y que sin duda podría mejorar para llegar a ser más factible para la sociedad actual. Es aquí donde el diseño y la comunicación son cruciales para tener un pleno desarrollo y que este pueda dar el mensaje correcto que se requiere.

Hoy en día como se ha mencionado anteriormente, ha cambiado la forma en la que percibimos nuestra realidad, así como la manera en que nos comunicamos por esa razón debemos implementar herramientas que nos faciliten la vida diaria ya que a futuro esa será la forma en la que experimentemos ciertas cosas y que la sociedad nos ha obligado a implementar, por los cambios tecnológicos que se han presentando en estos últimos años y por la situación actual ante el COVID-19.



Referencias

Zamarripa, P. (2020, 4 diciembre). Tendencias de uñas 2021. Glamour México. <https://www.glamour.mx/belleza/cuerpo/articulos/tendencias-de-unas-2021/18655>

Ron, C. S. (2020, 30 diciembre). Así serán las manicuras en 2021 y los colores de esmaltes tendencia que estilizan tus uñas cortas y largas. Telva.com. <https://www.telva.com/belleza/maquillaje/2020/12/30/5feb1b7101a2f17b-b08b4617.html>

Portafolio, R. (2013, 19 noviembre). We Love Nails, un proyecto innovador hecho con las uñas. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/we-love-nails-proyecto-innovador-hecho-88818>

A. (2019, 23 abril). Comercio Digital en México Innovación de Negocios. Efiempresa. <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-comercio-digital-en-mexico/>

Expansión. (2020, 25 mayo). La evolución del comercio digital en tiempos de pandemia en México. <https://expansion.mx/opinion/2020/05/25/la-evolucion-del-comercio-digital-en-tiempos-de-pandemia-en-mexico>

Sienra, P. J. G. (2020, 21 junio). Pymes en México: cuál es su porcentaje | QuickBooks México. QuickBooks Centro de Recursos. <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/comienza-tu-negocio/cual-es-el-porcentaje-de-pymes-en-mexico/>

MENzig. (2020, 3 marzo). Pintarse las uñas es tendencia entre los hombres, en otra forma de romper con los estereotipos. <https://www.menzig.style/a/pintarse-unas-tendencia-hombres-famosos/>

Ramírez, C. (2019, 6 abril). Uñas stiletto, la tendencia que se niega a irse. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/de-ultima/unas-stiletto-la-tendencia-que-se-niega-irse>

peluqueras.net. (2019, 22 marzo). ¿Qué son las uñas Ballerina o Coffin? https://www.peluqueras.net/blog/que-son-unas-ballerina-coffin/#google_vignette

Gamax Beauty Nails. (2020, 7 octubre). Gel Plastilina Rosa 5 g. <https://www.gamaxbeautynails.com/producto/gel-plastilina-rosa-5-g/>

Sánchez, M. J. (2017, 29 agosto). Uñas decoradas al estilo One Stroke. El Nuevo Diario. <https://www.elnuevodiario.com.ni/suplementos/moda/438330-decoradas-estilo-one-stroke/#:%7E:text=El%20One%20Stroke%20es%20una,por%20sus%20dise%C3%B1os%20muy%20femeninos.&text=El%20objetivo%20principal%20de%20esta,solo%20trazo%20con%20el%20pincel>

Trueba, D. (2019, 11 julio). Uñas «milk bath», la manicura de tendencia del verano 2019. Bulevar Sur. <https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/belleza/unas-milk-bath-manicura-tendencia-verano-2019/#:%7E:text=Hablamos%20de%20las%20u%C3%B1as%20%C2%ABm>

Lesser, M. (2017, 28 diciembre). Novedosa técnica en manicura: ven a conocer Acrigel con nosotras. Centro de Pérdida de peso en Granada. <https://marlesser.com/2017/12/28/acrigel/#:%7E:text=Acrigel%20es%20una%20t%C3%A9cnica%20de,para%20trabajar%20con%20polvos%20acr%C3%ADlicos.&text=Se%20coloca%20una%20capa%20de,%C3%A9s-ta%20una%20capa%20de%20acr%C3%ADlico.>

