**RA 4. ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE CAMBIO DE IMAGEN A TRAVÉS DE LA PELUQUERÍA.**

***1.- LA PROPUESTA PERSONALIZADA; DEFINICIÓN Y ESTRUCTURA. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA ANEXA Y ECONÓMICA. TIPOS Y CARACTERÍSTICAS. PLANIFICACIÓN DE ACCIONES, CALENDARIO DE ACTUACIÓN.***

Con el objetivo principal de dar respuesta las necesidades del cliente se debe elaborar la propuesta de cambio de imagen, exponiéndole las conc1usiones y resultados obtenidos una vez finalizada.

Para su elaboración, el asesor de peluquería tendrá que poseer una amplia visión del objetivo a alcanzar y de los recursos tanto materiales como personales que se requerirán para poder llevar a cabo la propuesta.

La propuesta de cambio de imagen es una idea o proyecto que el profesional de la asesoría de peluquería realiza para un diente persiguiendo un fin estético. La sociedad en la que vivimos exige ser competitivos en todos los ámbitos, es por ello que la imagen personal que se transmite gana especial importancia para establecer relaciones tanto laborales como personales. Un buen aspecto contribuye a elevar la autoestima consiguiendo que los demás nos otorguen un nivel de competencia superior.

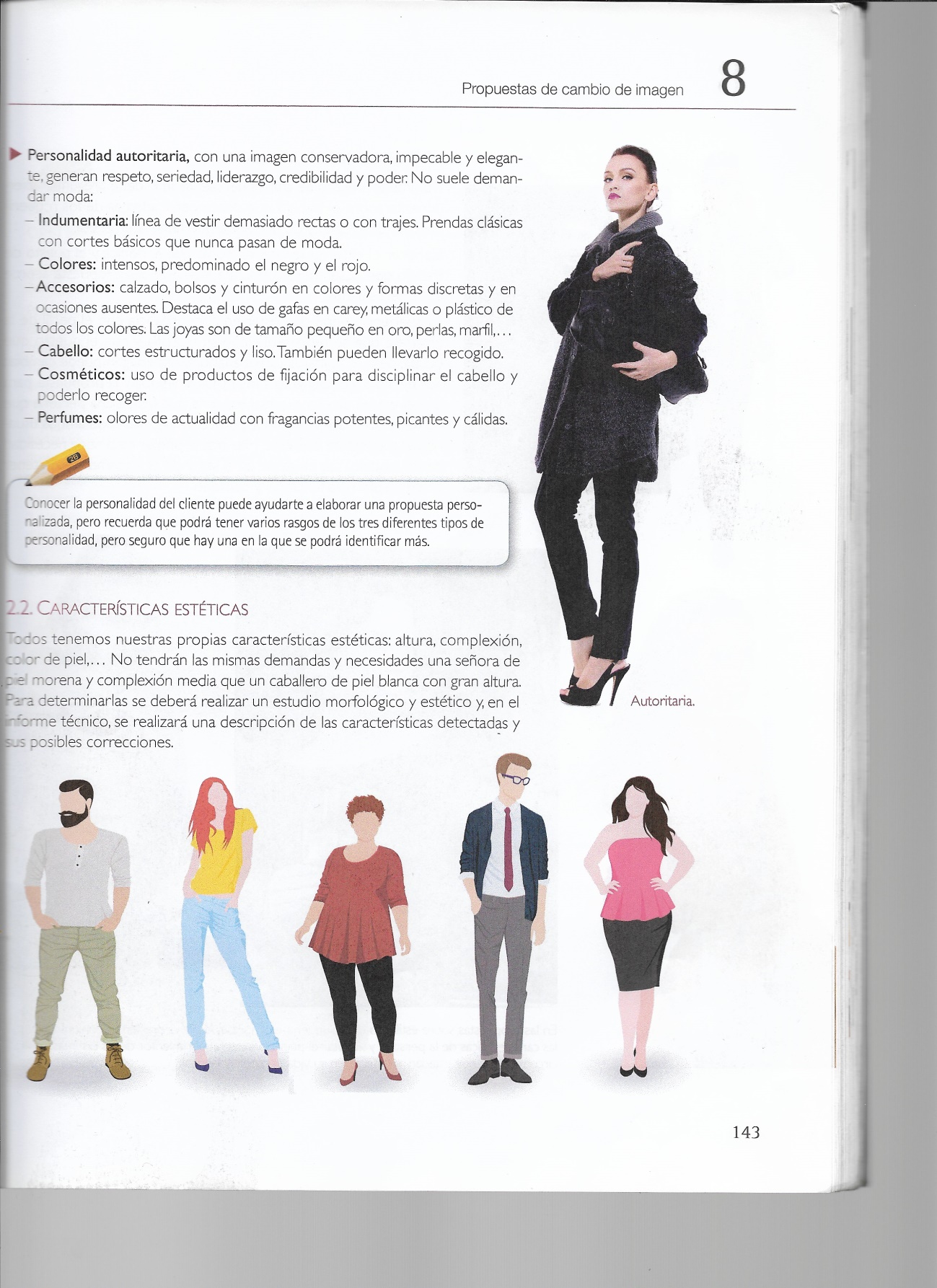
***DESCRIPCIÓN DE LAS DEMANDAS Y NECESIDADES DEL CLIENTE***

Se entiende como demandas y necesidades del diente aquellas sensaciones de carencia que pueda tener con respecto a algo y en su deseo de satisfacerlas. Estos deseos pueden ser o no expresados de forma explícita por el cliente.

En la actualidad <<el cambio», ya sea de forma, longitud o color de cabello, es una de las mayores demandas y necesidades que manifiesta el cliente cuando requiere Ios servicios de un profesional de la peluquería. Pero en ocasiones no coinciden las demandas que solicita con sus verdaderas necesidades, es por ello, muy importante realizar una buena entrevista para poder recoger, valorar y observar todas aquellas variables personales y sociolaborales que permitan elaborar a posteriori la mejor propuesta de acuerdo con su estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral, entre otras.

***PERSONALIDAD***

Ei ser humano es único y diferente, pero se comporta o reacciona de forma parecida en determinadas ocasiones y esto es debido a que comparte rasgos de personalidad. Atendiendo al mensaje que transmiten mediante su aspecto externo (indumentaria, peinado, colores, accesorios. . .) se podrán clasificar en uno de los tres diferentes tipos de personalidad:

* **Personalidad libre.** Son accesibles con un estilo alegre y sencillo generando confianza, por lo general son personas de mente abierta. Demandan estilos de peinado, color y corte que le proporcionen un aspecto natural y cómodo:
* **Indumentaria**: abertura en camisetas y chaquetas, escotes acentuados, mangas cortas y líneas desestructuradas con movimiento.
* **Colores**: suaves con poca intensidad de color encontrándose en una gama más cercana a los blancos.
* **Accesorios**: ausencia total o con detalles muy pequeños.
* **Cabello**: peinado natural, suelto con movimiento y sin rigidez.
* **Cosméticos**: productos que no aporten fijación y de movimiento fluido
* **Perfume**: agua de colonia con olores florales y frutales.
* **Personalidad sofisticada**, presentan una imagen física muy elaborada a base de complementos y productos cosméticos. Para el cabello suele demandar peinados muy elaborados con un alto nivel de calidad, tomando en cuenta la moda del momento:

**— Indumentaria:** líneas de vestir semientalladas y estructuradas en hombros sin demasiado escotes.

**— Colores:** oscuros, aportando seriedad y distanciamiento, en su composición tiene gran cantidad de negro y/o azul.

**—Accesorios:** guantes, bufandas, bolsos, cinturones y gafas. Las joyas y relojes son grandes y provocadores. ¡

**—Cabello:** peinados muy cuidados, uso de flequillos y cabello con volumen exagerado. En hombres es normal el uso de barba y bigote.

**— Cosméticos:** productos de fijación para facilitar el efecto volumen crepado para perfeccionar el peinado.

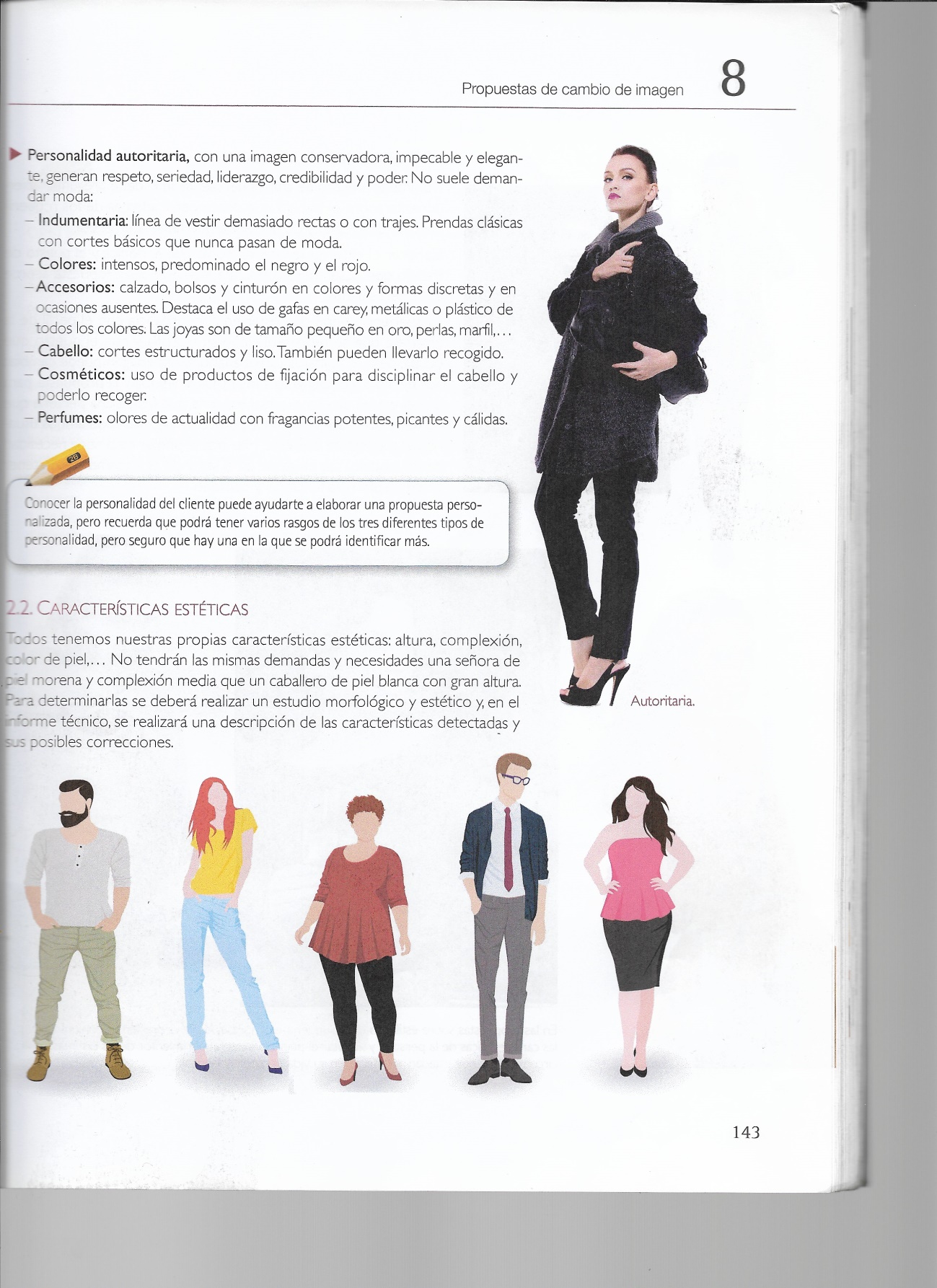
**— Perfume**: olores intensos y profundos como canela, sándalo. ..

* **Personalidad autoritaria**, con una imagen conservadora, impecable y elegante, generan respeto, seriedad, liderazgo, credibilidad y poder. No suele demandar moda:
* **Indumentaria**: línea de vestir demasiado rectas o con trajes. Prendas clásicas con cortes básicos que nunca pasan de moda.
* **Colores**: intensos, predominado el negro y el rojo.
* **Accesorios**: calzado, bolsos y cinturón en colores y formas discretas y en ocasiones ausentes. Destaca el uso de gafas en carey, metálicas o plástico de todos los colores. Las joyas son de tamaño pequeño en oro, perlas, marfil...
* **Cabello**: cortes estructurados y liso. También pueden llevarlo recogido,
* **Cosméticos**: uso de productos de fijación para disciplinar el cabello y poderlo recoger.
* **Perfumes**: olores de actualidad con fragancias potentes, picantes y cálidas.

***CARACTERÍSTICAS ESTETICAS***

Todos tenemos nuestras propias características estéticas: altura, complexión, color de piel... No tendrán las mismas demandas y necesidades una señora de piel morena y complexión media que un caballero de piel blanca con gran altura.

Para determinarlas se deberá realizar un estudio morfológico y estético y, en el informe técnico, se realizará una descripción de las características detectadas y posibles correcciones.



***NECESIDADES SOCIOLABORALES***

Durante el proceso de análisis del cliente se le debe preguntar abiertamente sobre el trabajo que desempeña, además de los requerimientos de imagen y de presencia que tiene la empresa.

Conocer el entorno laboral, las horas que le dedica y el puesto de trabajo que desempeña ayudará a facilitarle una propuesta acorde a sus necesidades.

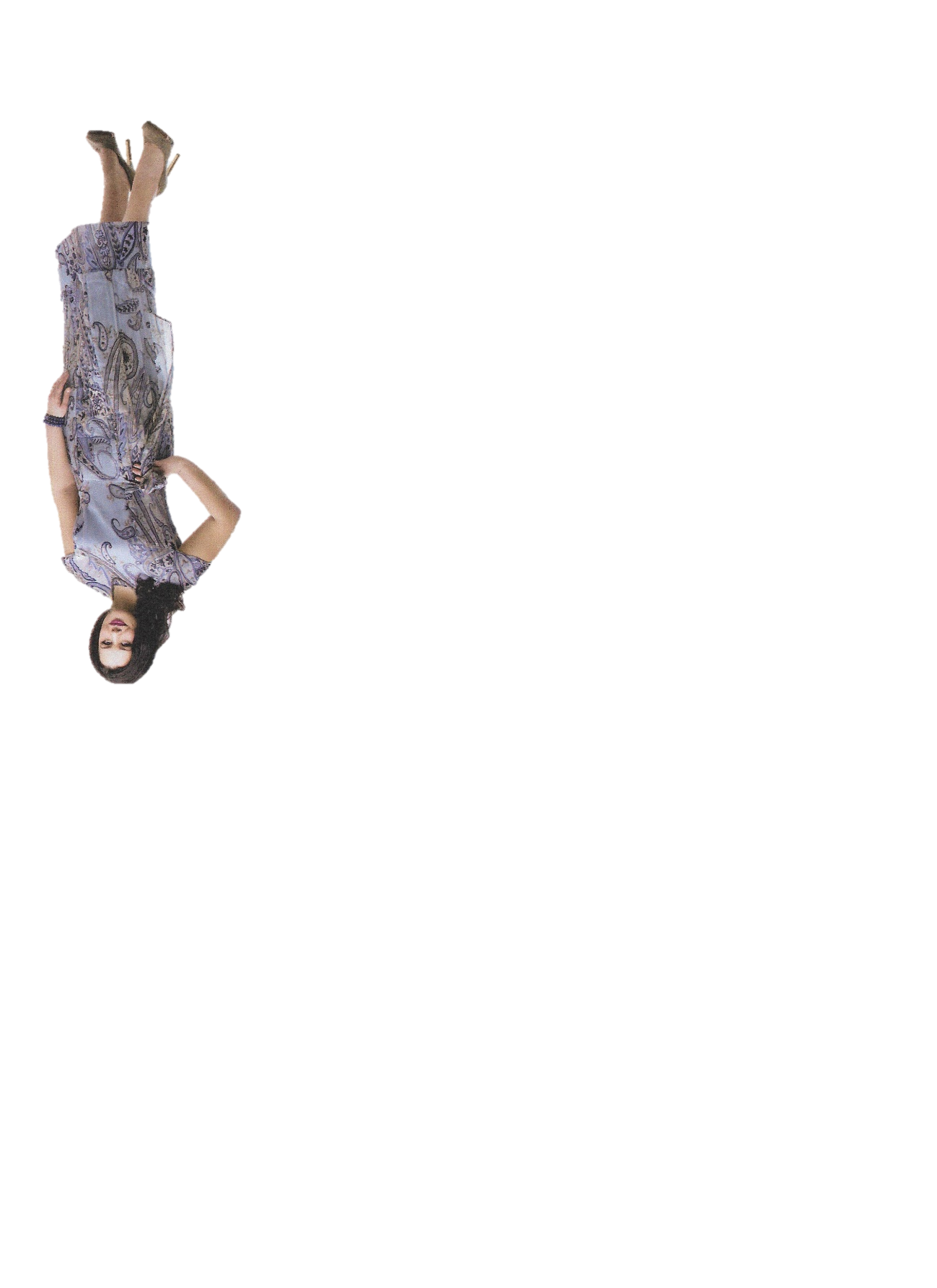
La apariencia tiene que estar en concordancia con el perfil de la empresa que se representa, con su filosofía y con el puesto que ocupa, pero al acabar la jornada laboral esa imagen puede cambiar.

Por ejemplo, no son iguales los requerimientos y la propuesta para una directora de una sucursal bancaria, que los de una persona que no tiene que trabajar frente al público. La necesidad de ambos usuarios es claramente diferente. Mientras el primer caso tiene necesidad de un modelo más elegante, en el segundo el estilismo puede tener un concepto más funcional y cómodo.

***NECESIDADES EN EVENTOS***

Muchos de los clientes contratan el servicio de un asesor cuando tienen que asistir a un acontecimiento importante como bodas, comuniones, reuniones de gran interés... para que les aconseje en relación a la imagen adecuada para el evento en cuestión.

Se recabará el máximo de información posible y las normas de protocolo en cuanto al vestir se refiere (casual, media etiqueta, etiqueta, rigurosa etiqueta, etc.), pues va a determinar en gran medida las técnicas de peluquería y maquillaje a utilizar para obtener un aspecto adaptado a los requerimientos de ese acto.

Para poder elaborar una propuesta adaptada, se deben pedir al cliente datos como:

* **Indumentaria elegida**: estilo, color, textura,... datos fundamentales para asesorar sobre la forma (recogido, suelto, ondulado,. . .), el color del cabello y el volumen apropiado.
* **Horario:** dato importante, ya que no será lo mismo para un coctel de día que para una cena de negocios, ya que para el día se puede llevar el cabello con formas naturales o semirecogidos mientras que para la noche los peinados se vuelven más sofisticados.
* **Lugar:** estudiando las posibilidades de peinados adecuados a los diferentes lugares donde el cliente tendrá que asistir como por ejemplo: boda en la playa de estilo ibicenca, ceremonia por la iglesia, cena de amigos…
* **Fecha:** punto clave para realizar la temporalización, ya que de ella también dependerá la viabilidad o no de la propuesta. Por ejemplo, un señor que celebra su enlace matrimonial en un mes y demanda una cirugía estética capilar previa a su enlace con el objetivo de aumentar la densidad del cabello… Para garantizar la viabilidad, se debe contactar con los profesionales del sector analizando la fecha de la posible realización y tiempo de recuperación y mejoría. Si no fuera posible en un mes se tendrá que dar por no viable esa técnica, asesorando otro tipo de servicio para conseguir satisfacer la demanda y necesidad del cliente.

***DIAGNOSTICO***

Con el objetivo de conseguir el mejor resultado y cumplir con las expectativas del cliente, previo a la elaboración del informe valorativo, el asesor tendrá que realizar un diagnóstico para:

* Descubrir las expectativas que el diente tiene sobre su cabello. Se utilizarán técnicas de escucha activa, preguntando y teniendo en cuenta su opinión.
* Observar el estilo, forma de peinado y zonas emocionales o indiferentes. En ocasiones los gestos son más importantes que las palabras.

Una de las cualidades de un profesional de la asesoría debe de ser la creatividad, realizando propuestas de estilo de peinado, coloración y corte de cabello con rapidez y seguridad, para ello tendrá que ayudarse de la herramienta <<la pregunta» como:

* ¿Qué tipo de indumentaria utiliza más a menudo?
* ¿Qué parte de su rostro desearía destacar?
* ¿Qué aspecto estético de su persona eliminaría o atenuaría?
* ¿Qué color no le gusta o no se pondrá jamás?
* Si le he entendido bien, ¿usted desea. .….?
* ¿Le gustaría. . .? .
* Escucha activa, preguntando y teniendo en cuenta su opinión.

**2.- SECUENCIACIÓN DE LOS PROCESOS DE CAMBIO DE IMAGEN. *DISEÑOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES. ELEMENTOS; AGRUPACIÓN, FORMA, COLOR, TAMAÑO, SIMETRÍA, ENTRE OTROS.***

Para ello se debe de empezar escogiendo el formato en que se va a realizar, pudiendo ser:

* Formato digital, con tan solo un ordenador o tablet y algunas aplicaciones dedicadas a la creación de bocetos como: Inkist, ArtStudio, Brushes, lnk Artist. .. se puede empezar a esbozar ideas en cualquier lugar y en cualquier momento sin necesidad de tener una habilidad específica para dibujar. Permite crear de forma fácil bocetos rápidos y atractivos, ayudando en el proceso creativo.
* Formato físico, aunque la tecnología facilita el trabajo, muchos profesiones siguen prefiriendo hacer bocetos con lápiz y papel, ya que les permite desarrollar sus propio estilo y diferenciarse del resto. También, mientras que se está dibujando, las ideas van surgiendo, manteniendo creativo al profesional y mejorando sus habilidades de dibujo.
* **Visualización,** pensar a quien va dirigido e imaginar el resultado final desde diferentes ángulos, ayudara a comprender mejor lo que se va a dibujar.
* **Comodidad,** situando cerca todo el material que se pueda necesitar, orientando la luz necesaria para tener la perfecta visualización del papel o pantalla y adquiriendo una postura ergonómica ya que una mala postura puede producir molestias o lesiones musculares.
* **Dibujar**, recordar que es un boceto, que no tiene que estar definido como la imagen final, pero se tiene que apreciar la idea principal. Se puede empezar desde cero (papel o pantalla en blanco) o con una imagen o silueta predefinida para solo centrarse en la idea principal que es el cabello.
* **Finalización,** cuando se haya acabado, puede añadirse algún fondo para hacer más atractivo el boceto. .

La propuesta de cambio se debe presentar con una **IMAGEN**, con lo cual debemos escoger entre una de las siguientes opciones:

* Boceto: realizar un dibujo con lápiz y papel, con ello nos permite desarrollar nuestro propio estilo y diferenciarse del resto de profesionales del sector. Mientras se está dibujando las ideas van surgiendo, manteniendo la creatividad del profesional y mejorando sus habilidades de dibujo intercambiando opiniones con el cliente.



Imagen elaborada con soporte informático: Los pasos a seguir son muy parecidos para casi todas las aplicaciones, diferenciándose en la cantidad de estilos que se puede seleccionar.

Se empieza cargando una fotografía del cliente con el cabello recogido, sin maquillaje y de frente, para poder probar las diferentes opciones de cambio de look sin dificultad.

La mayoría de las aplicaciones solicitan marcar o seleccionar algunos puntos de anclaje: donde están los ojos, boca, nacimientos del cabello... haciendo que el programa reduzca o aumente las dimensiones del cabello para adaptadas al rostro del diente.

Después es solo cuestión de seleccionar el corte, peinado, color, maquillaje.. y al instante se podrá observar el look elegido ajustado a Ia fotografía del cliente.

Una vez terminado, se puede ir guardando o imprimiendo los nuevos look que hayan cubierto las expectativas.

Hay que tener en cuenta, que el resultado que muestra la pantalla puede verse modificado cuando se realicen las técnicas seleccionadas en el cliente, ya que el programa no trata algunos parámetros como: remolinos, cantidad o textura del cabello.

Con tan solo un ordenador o Tablet y algunas aplicaciones dedicadas a la creación de cambios de imagen como pueden ser: **Taaz, Elle Makeover, Daily Makeover, Inkist, Artstudio, Brushes, Ink Artis, Hair Pro, Beauty Wizard, Hair Master…** se puede empezar a esbozar ideas en cualquier lugar y momento sin necesidad de tener una habilidad específica para dibujar. Sólo se necesita una foto de la persona sin maquillaje en el rostro y el cabello recogido hacia atrás con una coleta o felpa.

La mayoría de las aplicaciones solicitan marcar o seleccionar algunos puntos de anclaje: donde están los ojos, boca, nacimientos del cabello..haciendo que el programa reduzca o aumente las dimensiones del cabello para adaptarlas al rostro del cliente. Después sólo es cuestión de seleccionar el corte, peinado, color, maquillaje.. y al instante se podrá observar el look elegido ajustado a la fotografía del cliente. Hay que tener en cuenta que el resultado obtenido en la pantalla no tiene en cuenta algunos parámetros como: remolinos, cantidad o textura del cabello.

También existe la posibilidad de montar un vídeo de presentación para la propuesta de nueva imagen con programas como: Adobe Premier, Avid, Imovie o Final Cut.

****

* Técnicas de peluquería: podemos usar pelucas para realizar la propuesta real sobre la persona, con distintas longitudes y colores. También se pueden usar técnicas de peluquería para adaptar el cabello y poder mostrar cómo quedaría el resultado final, como por ejemplo: anillas huecas para disminuir la longitud, imitación de flequillos con horquillas…Para el color se tiene como recurso la carta de color.

***3.- APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS MANUALES, GRÁFICAS E INFORMÁTICAS. EDITOR DE TEXTOS, DE IMÁGENES DIGITALES, NAVEGADOR WEB, DIAGRAMAS Y EDITOR DE PRESENTACIONES.***

En la ficha técnica de deberá desarrollar el paso a paso a seguir para conseguir la nueva imagen, indicando las técnicas que habrá que aplicar en cuanto a cambio de color, forma, corte…También es importante recoger quién las realizará y la temporalización, para poder llegar a la fecha elegida con los trabajos técnicos realizados. Se tendrá que contar con un margen de fechas para poder solventar posibles inconvenientes que puedan surgir.



**4.- PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA; APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA. TIPOS DE COMUNICACIÓN. PROCESAMIENTO Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN; INFORMACIÓN ANALÓGICA Y DIGITAL.**

La propuesta debe ser personificada e incluir aquella información necesaria adaptándola al cliente y que éste se vea identificado con el proyecto mostrado.

En modo general, la estructura final presentada tiene que recoger de forma clara los siguientes parámetros:

* **Encabezamiento.** Incluir los datos de contacto del diente (nombre, teléfono, dirección electrónica. . .), fecha de realización y/o finalización si es para un acontecimiento (ceremonia, congreso. . .) y cualquier otra breve información necesaria.
* **Presentación de la propuesta**. Se debe mostrar un mínimo de dos propuestas mediante texto bien redactado y preferiblemente con imágenes, ya sea en formato papel o digital. En este apartado se tendrá que explicar las soluciones adoptadas para corregir, realzar o mejorar los inestetismos o alteración en su imagen.
* **Metodología.** Se desarrollará el paso a paso a seguir, indicando las técnicas que habrá que aplicar (cambio de color, forma, corte…), quien las realizará y la temporaiización, para poder llegar a la fecha elegida con 605 trabajos técnicos realizados. Se tendrá que contar con un margen de fechas para poder solventar posibles inconvenientes que puedan surgir.
* **Presupuesto**. Se expondrá los recursos económicos necesarios detallando en el presupuesto el coste de los profesionales colaboradores, producto utilizado. .. así como cualquier suplemento que incremente la cuantía final.
* **Recomendaciones**. Se tendrá que enumerar las técnicas y cosméticos necesarios para mantener y prolongar el nuevo estilo conseguido o durante el proceso para poder conseguirlo.

Los trabajos técnicos tienen que estar perfectamente planificados y secuenciados a fin de garantizar que la propuesta pueda realizarse atendiendo a los requisitos demandados por el cliente. Es deber del estilista velar por el cumplimiento de los procesos que se han definido para llevar a cabo la propuesta.

El orden de ejecución de los diferentes procesos debe estar ubicado en un periodo de tiempo pudiendo ser a corto plazo (días o semanas) o a medio plazo (meses). En la actualidad existen diferentes técnicas gráficas y programas informáticos para distribuir en el tiempo las distintas operaciones técnicas que se han de realizar, permitiendo visualizar de forma rápida y global todas las sesiones programadas.

Hay que asegurarse que la temporalización programada se ajusta en cuanto a la interdependencia de unas sesiones con otras y a la obtención de resultados para dichas sesiones: por ejemplo cambio de forma permanente y color.

Es conveniente tener un contacto directo con profesionales del sector de la imagen y formar un equipo de trabajo conjunto que puedan colaborar, en caso necesario, en la ejecución de la propuesta para evaluar su capacidad de realización, calidad y presupuesto. Es fundamental contemplar facetas como la negociación a la hora de contratar a terceras personas en nuestra propuesta, para tener un trabajo colaborativo con todos los miembros involucrados y así mantener una comunicación fluida del proceso. Los profesionales que pueden complementar un cambio de imagen son: esteticistas, tatuadores, personal shopper, clínicas de cirugía estética..

Se expondrá los recursos económicos necesarios detallando en el presupuesto el coste de los profesionales colaboradores, producto utilizado, días de trabajo técnico en el salón y horas necesarias así como el suplemento que incremente la cuantía final.

|  |  |
| --- | --- |
| PRESUPUESTO CAMBIO DE IMAGEN:------------------------------------- | |
| DÍA 1: peinado, análisis y estudio previo | ---------€ |
| DÍA 2: coloración, corte y peinado. | ---------€ |
| DÍA 3: Depilación facial. | ---------€ |
| DÍA 4: Recogido y maquillaje. | ---------€ |

**PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Ficha de datos del cliente |  |
| 1. Descripción demandas del cliente |  |
| 1. Análisis completo | **1ª CITA** |
| 1. Determinación de necesidades |  |
| 5.Bocetos/soporte informático |  |
| 6. técnicas peluquería/ metodología de trabajos técnicos | **2ª CITA** |
| 7. Calendario |  |
| 8. Acuerdos con servicios externos |  |
| 9. Presupuesto |  |

**PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN**

**Acción,** es el último paso para terminar ¡a presentación, ya se han averiguado los deseos y necesidades del cliente, se le ha propuesto una solución a medida y se ha desarrollado un presupuesto de! coste detallado. Para finalizar solo queda que el cliente decida si Dar a conocer la propuesta y saberla vender, es uno de los pasos más importantes que el asesor en peluquería tiene que realizar, si se quiere conseguir que todo el trabajo anteriormente elaborado (entrevista, estudio de la imagen. . .) sirva para que el diente tome la decisión de contratar el servicio de asesoría.

Los pasos a seguir son:

* **Atención,** se debe de presentar una propuesta que capte la atención y satisfaga las necesidades del cliente, para ello se utilizará un formato atractivo y bien redactado. De esta primera impresión dependerá en gran medida el éxito o fracaso de la propuesta y en consecuencia la imagen que el cliente tendrá del asesor de peluquería o la empresa en la que desarrolle su labor.
* **Interés,** una vez captada la atención se debe despertar el interés y ganar su confianza. Las primeras 25 palabras son claves y aún más si entre ellas se incluye una promesa de beneficio importante, frases como:
* En esta propuesta le explicamos cómo perfeccionar su imagen.
* Siguiendo las pautas descritas cambiará en
* ¿Sabía que su imagen puede verse mejorada con. . …?
* **Demostración,** una vez conseguido su interés, hay que mantenerlo vivo y para ello, se debe demostrar al diente como la propuesta elaborada en exclusiva satisfará las necesidades de este, utilizando pruebas si fuera necesario (imágenes, bocetos, posticeria, carta de colores,. . .).

Se tendrá que cuidar tanto el lenguaje verbal como no verbal, creando un clima de confianza y credibilidad.

En este punto se deberá de exponer el presupuesto, explicando el coste de los servicios, productos y colaboradores expertos que intervendrán en la transformación de su imagen.

**DOCUMENTACIÓN ANEXA A LA PROPUESTA**

Como anexos se debe presentar la documentación recogida del diente y la elaborada para complementar el proyecto, con el objetivo de demostrar el trabajo realizado y cumplimentar los acuerdos que han de tomarse si se confirma Ia aceptación de la propuesta, como:

* Ficha de datos personales.
* Descripción de las demandas y necesidades.
* Informe técnico con las características que se pueden potenciar o modificar.
* Bocetos.
* Plan con la relación de los trabajos técnicos de peluquería y/o barbería necesarios para el cambio de imagen.
* Calendario de los servicios.
* Acuerdos/contratos del servicio prestado y profesionales externos.

Toda la documentación que se ha ido recogiendo y elaborando, que contenga información personal del cliente, ha de ser guardada conforme especifica Ia Agencia Española de Protección de Datos, en un fichero exclusivo para ello, de forma organizada, ya sea automatizado (en soporte informático) o no automatizado (en soporte físico o papel).

El responsable del fichero y quienes puedan tener acceso a él, están obligados al secreto profesional respecto de los mismos y al deber de guardarlos. No pudiendo ser usado para otra finalidad que no sea la de presentar al diente la propuesta más adecuada para sus necesidades.

Cuando se realice un formulario, cuestionario u otros impresos figurarán en los mismos, en forma claramente Iegible, que existe un fichero de carácter personal y quien podrá tener acceso a ellos, así como la persona responsable de su custodia.

**Resumiendo**

* Tras el cuestionario valorativo de las proporciones, líneas y volúmenes del rostro y cuerpo y junto a un análisis de color, se realizará un informe en el que se debe detallar qué tipo de corte, estilo de peinado y colores (tonos y reflejos) más favorecen para el cliente.
* Al realizar la propuesta de cambio de imagen debe existir coherencia entre la imagen externa y la personalidad, de no ser así, no existirá un cambio de imagen pleno y por tanto carecerá de credibilidad la propuesta.
* En la actualidad <<el cambio» ya sea de forma, Iargura o color de cabello es una de las mayores demandas y necesidades que manifiesta el cliente, pero en ocasiones no coinciden las demandas que solicita con sus verdaderas necesidades, siendo importante realizar una buena entrevista para poder recoger, valorar y observar todas aquellas variables personales y sociolaborales que permitan elaborar a posteriori la mejor propuesta.
* Es labor del asesor velar por el cumplimiento de los procesos definidos para llevar a cabo la propuesta, asegurándose que los profesionales colaboradores y todos los recursos que se vayan a utilizar estén disponibles en el momento adecuado.
* El asesor tiene que sacar el máximo partido a la figura del cliente, es por ello que deberá elaborar los diseños por encima de las novedades efímeras y basarse en unas reglas, las de visagismo, para equilibrar la figura ya que es fácil recurrir a las tendencias de moda, generalmente por la demanda del diente <<favorezca o no».
* Con tan solo un ordenador o tablet y algunas aplicaciones dedicadas a (a creación de bocetos. se puede empezar a esbozar ideas en cualquier lugar y en cualquier momento sin necesidad de tener una habilidad específica para dibujar.
* En la presentación de la propuesta se debe mostrar un mínimo de dos, mediante texto bien redactado y preferiblemente con imágenes, en formato papel o digita!, explicando las soluciones adoptadas para corregir, realzar o mejorar los inestetismos o alteración en su imagen.
* En la exposición de la propuesta debe quedar bien definida la exclusividad del servicio que se le está ofertando y su novedad.