

Tema 6 LA PROPUESTA TECNICA

- 1. Concepto de propuesta de cambio de imagen**
- 2. Descripción de las demandas y necesidades del diente**
 - 2.1. Personalidad**
 - 2.2. Características estéticas**
 - 2.3. Necesidades sociolaborales**
 - 2.4. Necesidades en eventos**
- 3. Diagnostico**
- 4. Valoración e informe del estudio de la imagen personal**
- 5. Elaboración de diseños**
 - 5.1. Creación de bocetos**
 - 5.2. Cambio de imagen en soporte informático**
- 6. Estructura de la propuesta de cambio de imagen**
 - 6. 1. Selección del formato de presentación**
 - 6.2. Presentación de la propuesta de cambio de imagen**
 - 6.3. Documentación anexa a la propuesta**

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

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

1. CONCEPTO DE PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN

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.

2. 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 los 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.

2. 1. PERSONALIDAD

El 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.

2.2. CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS

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.



2.3. 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.

2.4. 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.



3. 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. . .? .
- Entre otras.
- Escucha activa, preguntando y teniendo en cuenta su opinión.

En el diagnóstico se determinarán diferentes variables que posteriormente se estudiarán para la elaboración del informe, como son:

- **Análisis de viabilidad.** Todo diagnóstico tiene que tener SU análisis de viabilidad que determine las posibilidades de éxito de todos los servicios técnicos propuestos. No todo deseo del diente puede ser cumplido, en determinados casos, hay que desistir de aconsejar un servicio si las características del cabello o cuero cabelludo no son las idóneas.
- **Procesos de ejecución y temporalización.** Debe asegurarse que los profesionales colaboradores y todos los recursos que se vayan a utilizar estén disponibles en el momento adecuado, para ello, los trabajos técnicos tienen que estar perfectamente planificados y secuenciados a fin de garantizar que la propuesta pueda realizarse satisfaciendo los requisitos que se han planteado. Es deber del asesor 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 o largo plazo (meses o años).

En la actualidad existen diferentes técnicas gráficas y programas informáticos (diagrama de Gantt, calendario o agenda informática,. . .) 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 que dichas sesiones se puedan realizar en el momento previsto.

Por ejemplo, si se programa un cambio de forma permanente y un cambio de color con decoloración, hay que tener en cuenta, por un lado, el orden en que se tendrían que realizar (cual tendría que ser primero) y por otro lado, el tiempo de espera recomendado entre un servicio y otro.



Diagrama de Gantt.

- **Profesionales colaboradores.** Previo a la creación de un equipo es aconsejable tener un contacto directo con los profesionales que van a colaborar en la ejecución de la propuesta para evaluar su capacidad, disponibilidad, calidad y presupuesto. Es fundamental contemplar facetas como la negociación a la hora de contratar a terceros y tener un plan de gestión de personal que permita generar un sentido optimizado de cohesión al equipo.

Una buena propuesta consiste en mantener en alguna aplicación informática (Software CRM de gestión de clientes, programas Groupware de trabajo colaborativo documental entre profesionales,. . .) un grupo con todos los miembros involucrados para mantenerlos informados de la consecución de la propuesta, resolver cuestiones relevantes, detectar necesidades o solventar problemas a la mayor brevedad posible. Dejando el teléfono o correo electrónico para comunicar información a algún miembro del equipo sin necesidad de involucrar al que no necesite recibirla.

demás nos otorguen un nivel de competencia superior.

PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN

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

4. VALORACION E INFORME DEL ESTUDIO DE LA IMAGEN PERSONAL

Una vez recopilada toda la información necesaria sobre el diente (demandas y necesidades) y se conoce como conseguir los resultados esperados (diagnóstico) se procederá al estudio exhaustivo de todos los datos recogidos y determinar las técnicas de peluquería que puedan satisfacer los deseos y necesidades del cliente, haciendo referencia a:

- **Corte de cabello**, determinación de la longitud de cabello (corto, medio o largo), especificando los puntos importantes como el flequillo, nuca, escalados o desmontados y asimetrías.
- **Forma deseada**, selección de la forma más adecuada del cabello, liso, ondulado o rizado, optando por las técnicas de cambio de forma permanente o temporal.
- **Color**, es una de las propuestas con más variantes:
 - Cobertura de los cabellos blancos (canas).
 - Oscurecer o aclarar un cabello con tonalidades más o menos intensas a su color base natural.
 - Coloraciones con uno o varios tonos y/o reflejos, pudiendo seleccionar un abanico inmenso de posibilidades.
 - Mechas, variando en grosor, color y zonas de aplicación creando diferentes efectos de más o menos luz al cabello.
- **Técnica de peinado**, valoración del estilo más adecuado, cabello suelto con más o menos volumen y forma (puntas vueltas, rizadas, liso o marcado) cabellos parcial o totalmente recogidos aplicación de diferentes técnicas (trenzado, retorcidos, cruzados, bucles. . .).
- **Productos cosméticos a utilizar**, para elaborar o mantener el resultado deseado.

Para dar la mejor solución a las expectativas del diente un buen profesional debería poner en práctica con asiduidad las siguientes pautas:

- Leer no solo documentación de tendencias y moda sino también sobre diversas temáticas. La variedad de lectura aportará nuevas ideas y materiales para interpretar de manera diferente o, desde varios puntos de vista, la realidad.
- Intercambiar con profesionales del sector de la imagen personal vivencias, casos parecidos y experiencias, mediante la asistencia y/o participación en cursos, seminarios, ateliers, foros. .. actualizando conocimientos y posibilitando el crecimiento profesional.
- La curiosidad es fundamental, indagando y estudiando sobre tendencias, técnicas novedosas, profesionales externos, marcas comerciales. .. Que permita buscar diferentes enfoques para resolver un mismo problema.
- Anotar todas las ideas. Siempre hay tiempo de desechar aquella que se crea que no encaja con el proyecto.

Informe técnico

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, además de la descripción de las necesidades del cliente, qué tipo de corte, estilo de peinado y colores (tonos y reflejos) más favorecen al cliente, resaltando positivamente su imagen externa, adaptándola a su personalidad y necesidades sociolaborales. Sin olvidar las características propias del diente masculino (barba, perilla, bigote y patillas).

Al no existir ningún patrón definido para realizar el informe al diente, sería conveniente que cada asesor diseñara su propio modelo adaptándolo a sus características, tomando como información de referencia la obtenida en el cuestionario valorativo, incluyendo los datos más relevantes como:

<p>1. Fecha de emisión del informe.</p> <p>2. Datos personales (nombre, apellidos, correo electrónico, teléfono...).</p> <p>3. Datos concretos de su imagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tipo de cráneo. – Tipo de silueta. – Tipo de cuello (posterior y anterior). – Contorno facial (indicando el rasgo más característico y el tipo o tipos donde se puede encasillar). – Tipo de frente. – Tipo de perfil. – Tipo de facciones. – Cortes de cabello y estilos de peinado asesorados y en el caso de una asesoría para caballero se debe indicar el estilo de barba, perilla, patilla o bigote que ha sido asesorado. <p>4. Test del color:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Color de tez. – Color de ojos e iris. – Color de cabello natural. – Bases y reflejos de coloración asesorados. <p>5. Complementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Estilo de indumentaria. – Estilo de los complementos. – Tipo de armonía requerida. – Protagonismo de peinado o complemento. – Forma y volumen asesorado.

5. ELABORACIÓN DE DISEÑOS

Hay que sacar el máximo partido a la figura del ser humano y antes de presentar al cliente las ideas plasmadas en diseños se tendrá que valorar y obtener unas conclusiones para conseguir un resultado positivo. El profesional debe elaborar los diseños por encima de las novedades efímeras y basarse en unas reglas, las de visajismo, para equilibrar la figura ya que es fácil recurrir a las tendencias de moda, generalmente por la demanda del cliente «favorezca o no».

Si alguno de los diseños presentados cumple con las expectativas del cliente, bastará con desarrollarlo en profundidad, evitando el costoso trabajo que sería elaborar hasta el final todas las ideas surgidas, para que luego el cliente solo seleccione una de ellas.

5. 1. CREACIÓN DE BOCETOS

Las imágenes elaboradas en los bocetos, permitirán expresar y previsualizar las ideas propuestas de forma rápida, para que el cliente pueda tener un concepto básico de cómo puede quedar su cabello en cuanto a longitud, textura, forma, color y peinado.



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, Ink 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 profesionales siguen prefiriendo hacer bocetos con lápiz y papel, ya que les permite desarrollar su 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. .

5.2. CAMBIO DE IMAGEN EN SOPORTE INFORMÁTICO

Para realizar simulaciones virtuales de cómo quedaría el cliente con las diferentes propuestas de peinados, color y hasta incluso maquillaje y accesorios existen en la actualidad gran variedad de aplicaciones tanto online como para instalar en soporte informático (Huir Pro, Beauty Wizard, Hair Master, Taaz,. . .).

Aplicaciones informáticas

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 cliente.

Después es solo cuestión de seleccionar el corte, peinado, color, maquillaje. .. y al instante se podrá observar el look elegido ajustado a la 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 de] cabello.

6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN

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 temporización, 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.

6.1. SELECCIÓN DEL FORMATO DE PRESENTACIÓN

Un aspecto fundamental que se plantea a la hora de realizar una presentación es la selección del formato en el cual se incluirá la propuesta. Aunque pueda parecer que se trata de una cuestión menor, la realidad es muy diferente ya que un buen formato hará más convincente el resultado de la propuesta. Las presentaciones deben ser creativas e interesantes, para ello, se podrá diseñar carpetas de trabajo originales o realizar una atractiva presentación en formato digital, la cual, suelen conseguir un mayor impacto y alcance. En la actualidad existen gran variedad de aplicaciones informáticas que facilitan la incorporación de imágenes, sonido, textos. .. Las más destacadas son:

- **Presentación en diapositiva,** conocida como presentación en Power Point creando pantallas que incluyen textos, ilustraciones, fotos, dibujos, tablas, sonido. ..
- **Presentación dinámica,** similar a la presentación de diapositivas, pero permite crear el contenido con efectos de movimiento. Es una forma original y diferente

haciendo más atractiva [a propuesta. Prezi es un programa informático que permite realizar este tipo de presentaciones.

- **Vídeo**, los montajes audiovisuales es una tendencia en auge ya que las opciones creativas aumentan y los costes no son muy elevados. Se puede componer un video a partir de imágenes, capturas de pantalla, efectos especiales, texto, sonido. .. Los programas más usados son Adobe Premier, Avid, iMovie o Final Cut

6.2. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAMBIO DE IMAGEN

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, posticaria, 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.
- **Acción**, es el último paso para terminar la 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 acepta o no con la propuesta de cambio realizada, resolviendo sus dudas en caso necesario.

■

6.3. 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 la 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 la 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 legible, 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, largura 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 (a presentación de la propuesta se deben mostrar un mínimo de dos, mediante texto bien redactado y preferiblemente con imágenes, en formato papel o digital, 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.

Bibliografía:

- **Estudio de la Imagen.** Ed. Videocinco
- **Visajismo.** Fundación VMV Cosmetic Group. (Salherm, Lendan, Crioxidil). Gonzalo Zarauza, Cruz Sánchez.
- **Asesoría de Peluquería.** Ed. Videocinco. Vera, Raúl/ Mariscal, Juan José.
- **Dirección Técnico-artístico.** Ed. Paraninfo. Talaverano Fuentes, Ana Belén/ Fernández Canales, Yolanda