

CREENCIAS Y RITUALES EN EL CUIDADO Y ARREGLO DE LAS UÑAS EN  
ESTABLECIMIENTOS DENOMINADOS “NAIL BAR” EN JOVENES UNIVERSITARIAS  
DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

LUISA FERNANDA ESCOBAR OSMA

DEINNA MUETE CONTRERAS

Autores

Monografía para optar por el título de Profesional en Mercadeo

CAROLINA GARZÓN MEDINA

Directora

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE MERCADEO

BOGOTÁ D.C., ENERO DE 2017

## **AGRADECIMIENTOS**

Inicialmente queremos agradecerle a Dios por habernos permitido culminar nuestra carrera profesional con sapiencia y salud.

A nuestros padres, hermanos y demás familiares porque sin ellos no habría sido posible llegar hasta aquí, nos han apoyado desde un inicio y han sido el motor para culminar nuestra carrera con éxito.

A nuestros amigos y compañeros de clase por el apoyo, por los conocimientos transmitidos y por las aventuras vividas llenas de experiencia y aprendizaje.

Por otra parte queremos agradecerle a nuestra directora de trabajo de grado Carolina Garzón Medina por el apoyo, la exigencia, direccionamiento y confianza que nos transmitió desde un inicio para llevar a cabo este proyecto con éxito.

Así mismo a nuestros profesores que hicieron parte de nuestra formación durante estos cuatro años gracias por el conocimiento y experiencias compartidas.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	7
Abstract .....	8
1. Introducción .....	9
2. Objetivos .....	10
2.1 Objetivo general .....	10
2.2 Objetivos específicos.....	10
3. Planteamiento del problema.....	11
4. Justificación.....	13
5. Marco teórico.....	16
5.1 Sobre el consumo estético. Antecedentes de la cultura .....	16
5.2 La cultura del “culto al cuerpo” y el significado de lo estético en los “Nails Bar”.....	21
5.3 Estilo de vida y consumo de servicios personales.....	24
5.4 Creencias y rituales relacionados con el cuidado de las uñas en los “Nail Bar” .....	27
6. Metodología.....	44
6.1 Tipo de estudio .....	44
6.2 Categorización .....	45

6.3 Mapeo .....	47
6.4 Muestreo.....	48
6.5 Técnicas de recolección de información.....	49
6.5.1 Observación participante.....	49
6.5.2 Entrevista a profundidad.....	50
7. Procedimiento.....	51
7.1 Transcripción de los datos .....	53
7.2 Consideraciones éticas .....	53
8. Análisis de resultados .....	54
9. Discusión .....	72
10. Conclusiones .....	83
11. Referencias .....	85
Apéndices .....	88

**TABLA DE FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> Mapeo .....	49
<b>Figura 2.</b> Conocimiento y/o concepto de los Nail Bar.....	58
<b>Figura 3.</b> Creencias que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas....	62
<b>Figura 4.</b> Rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas.....	69

**TABLA DE APENDICES**

<b>APENDICE A</b> Protocolo de preguntas entrevista a profundidad .....	91
<b>APENDICE B</b> Observaciones participantes – nota de campo.....	94
<b>APENDICE C</b> Consentimientos .....	114
<b>APENDIC D</b> Registro de entrevistas participantes .....	122

## RESUMEN

Este trabajo de grado tuvo como objetivo identificar las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados “*Nail Bar*” en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá. Fue una investigación de tipo cualitativo, sustentado en el método etnográfico, el cual permitió a través de las entrevistas a profundidad y observaciones participantes identificar creencias, significados y rituales, entre otros aspectos del grupo estudiado. Los resultados obtenidos permitieron identificar el conocimiento que tienen las jóvenes universitarias acerca de los establecimientos denominados “*Nail Bar*” y de las redes sociales que intervienen en la comunicación con el público objetivo. Por otra parte las participantes consideran que el arreglo y cuidado de las uñas refleja aspectos de su vida, de su identidad, personalidad y estilo de vida, buscando a través de los estándares de belleza establecidos por la sociedad, aceptación con su grupo de pares. Se reconocieron rituales como que desde la infancia vienen realizando este tipo de procedimiento porque sus pares realizaban lo mismo; hábitos en los cuales se reconoce la frecuencia y el horario a seguir por las jóvenes universitarias; los símbolos considerados a través del diseño en las uñas y la limpieza e imagen como medio de comunicación.

**Palabras claves:** Nail Bar, arreglo y cuidado de las uñas, creencias, rituales, jóvenes universitarias, comunicación, hábitos.

## ABSTRACT

This degree work had as objective to identify the beliefs and rituals that give the sense to the practice of the arrangement and the care of the girls in the establishments denominated "Bar of the nail" in young university students between 18 and 25 years in the city of Bogota. It was a research of qualitative type, based on the ethnographic method, which allowed through the interviews in depth and observations of the participants identified beliefs, meanings, and rituals, among others by the group studied. The results obtained allowed to identify the knowledge that the young universities have about the establishments denominated "Bars of nails" and the social networks that intervenes in the communication with the target public. On the other hand, participants consider that the arrangement and care of the apples reflect their life, their identity, personality and lifestyle, seeking through the standards of beauty established by society, acceptance with their peer group. The rituals were recognized as that since childhood they have been performing this type of procedure because their peers performed the same; Habits in which it is recognized the frequency and the schedule to be followed by university students; Symbols for nail design and cleaning and image as a means of communication.

**Key words:** Nail bar, nail care and treatment, beliefs, rituals, university youth, communication, habits.

## 1. INTRODUCCION

En el presente proyecto se buscó identificar las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados “Nail Bar” en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá por medio de un estudio de tipo etnográfico, que permite el entendimiento de la organización y construcción de significados de distintos grupos y sociedades; ya sean distantes y extraños para el propio observador o próximos y conocidos (Fetterman, 1989).

Esta investigación se fundamentó teóricamente por autores como Lipovestky con la era de vacío, antecedentes de la cultura en la posmodernidad e hipermodernidad. Bauman con las necesidades de consumir, Luis Enrique Alonso sobre el consumo como fenómeno cultural, así mismo con la percepción del cuerpo humano con Bourdieu. Por otra parte con Jones con los sectores de belleza peluquerías y salones, Jenes y Green respecto a la técnica del “Nail Art”, Pepitone con la definición de creencias a partir de la cultura, también con Baumgarten respecto a la estética, la belleza y manipulación del cuerpo por Tovar y Goffman para la conceptualización de rituales.

Respecto a los autores mencionados anteriormente esta investigación tuvo una base en la sociología y antropología, en el cual el lector podrá observar cada uno de las etapas como la recolección de datos, herramientas utilizadas, análisis y conclusiones de los datos obtenidos, para de esta manera darle respuesta al objetivo principal de este proyecto que permite reconocer las creencias, rituales y conocimientos del arreglo y cuidado de las uñas en los “Nail Bar” por jóvenes universitarias de 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 *Objetivo general*

Identificar las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados “*Nail Bar*” en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá, por medio de un estudio de tipo etnográfico que permita la identificación de significados culturales que dan sentido a este nuevo modelo de negocio.

### 2.2 *Objetivos específicos*

- Reconocer los conocimientos y prácticas de consumo que poseen las jóvenes universitarias acerca de los establecimientos denominados “*Nail Bar*”.
- Identificar las creencias construidas frente al cuidado de las uñas, en la definición de la identidad y el estilo personal de las jóvenes universitarias que asisten a los “*Nail Bar*”.
- Comprender los rituales que dan sentido al arreglo y cuidado de las uñas en los establecimientos denominados “*Nail Bar*” como parte de la construcción de hábitos y representaciones simbólicas relacionados con la estética y la belleza.

### 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el año 600 A.C, en la dinastía china la gente de clase alta se dejaba crecer las uñas para diferenciarse de la clase trabajadora, en los años siguientes 1800 - 1900 las mujeres utilizaban vinagre o limón para el arreglo de las uñas, el cual les proporcionaba brillo. En 1932 pusieron en venta el primer esmalte de marca Revlon, revolucionando la industria costica en la categoría. En los años siguientes a estos 1940- 1950 un dentista creó las uñas postizas las cuales las utilizaban las mujeres que querían tener las uñas largas; luego en el año 1960 llegaron los esmaltes de color pasteles los cuales eran usadas por celebridades como FarrahFawcett como icono del glamour y de la moda estadounidense. El señor Jeff Pink en el año 1976 creó el primer “*Nail Art*”, concepto que revolucionó el arte a través de las uñas, con este el manicure francés se volvió tendencia y con el mismo los colores pasteles y los neutros estaban de moda; sin embargo en el año 1980 salieron al mercado colores vibrantes y neones, tonos tradicionales como el rojo y rosa se volvieron tendencia y con ellos la sofisticación a través de las uñas se hizo evidente. Anónimo (2011)

Sin embargo en lo que ha sido el devenir de este siglo XXI los “*Nail Art*” se han convertido en toda una industria con una disponibilidad infinita de diseños, stickers y texturas; a la luz de ello, una evolución más reciente de estos son los “*Nail Bar*” que llegan a Colombia en el año 2013 para convertirse en lugares especializados en el servicio de manicure los cuales ofrecen un experiencia totalmente diferente comparada con las peluquerías tradicionales, donde el consumidor puede tomar una bebida desde un café hasta un cóctel para hacer agradable el tiempo con amigas y así mismo el arreglo de las uñas.

Con base en lo anterior y por ser una tendencia reciente en el mercado, los establecimientos denominados “*Nail Bar*” carecen de investigaciones científicas de vanguardia, su abordaje académico dado desde el marketing y desde las ciencias sociales es muy incipiente.

En las jóvenes universitarias hace parte de toda una novedad, en términos de sus gustos y preferencias, marcando la diferencia en este segmento el hecho de que estos mismos establecimientos muestran como parte de su atractivo la decoración, colores muy ceñidos al prototipo femenino estándar de la población, aprovechando las redes sociales, como una forma de estar más cerca de sus seguidoras y usuarios, sin embargo no se evidencian estudios de mercado tampoco contundentes, convirtiéndose en una oportunidad de investigación significativa.

### ***Problema de investigación***

¿Cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados “*Nail Bar*” en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá?

#### 4. JUSTIFICACIÓN

Los servicios de belleza están en auge en Colombia, el desarrollo de salones, spas, bares de uñas y estudios de maquillaje con una oferta de venta al por menor más sofisticado y especializado está ayudando en gran medida a su expansión con personal de atención.

Como se mencionó anteriormente, los bares de uñas están en auge en Colombia, un desarrollo que va de la mano con el funcionamiento saludable de los productos para las uñas. A nivel de tienda, los minoristas más especializados están haciendo incursiones en el mercado con actuaciones interesantes. Especialistas como Fedco y La Riviera ahora son vistos como "generalistas" con tiendas como Cromantic, que es completamente especializada en la oferta de cosméticos de color. Este tipo de tiendas permiten a los minoristas ofrecer asesoramiento más específico y de expertos para los consumidores, que suele ser más difícil de proporcionar en grandes establecimientos.

Por otro lado, las empresas involucradas en la belleza y el cuidado personal apenas están comenzando a utilizar las aplicaciones móviles para interactuar con los consumidores. Belleza y aplicaciones de diagnóstico son propensos a crecer en importancia, especialmente en canales como la venta directa y las ventas por Internet donde los consumidores no siempre son capaces de probar los productos en la primera instancia. Según estadísticas oficiales de Euromonitor Internacional entre los años 2010 y 2015 en las ventas de Belleza y cuidado personal, los cosméticos de color tuvieron un crecimiento del 30.7%.

En relación a lo anterior, los consumidores de cada grupo de ingresos compran cosméticos de color en Colombia puesto que hay una gran oferta de acuerdo a todos los presupuestos, y los consumidores de bajos ingresos no necesariamente deben restringir sus compras de

cosméticos de color. A las mujeres colombianas les gusta ser percibidas hermosas y sentirse bien consigo mismas, por lo que a pesar de la cantidad de productos que se consideran elementos básicos (maquillaje, rímel, polvo, esmalte de uñas y brillo de labios o lápiz labial), los consumidores están dispuestos a experimentar con nuevas opciones, marcas y para ampliar el consumo de otras categorías. En tiempos de incertidumbre económica y la desaceleración, las mujeres tienden en Colombia a sólo utilizar los productos básicos, pero nunca descuidar maquillaje facial.

Según estadísticas oficiales de Euromonitor Internacional El Laboratorio de Cosméticos Vogue SA mantuvo su ventaja de cosméticos de color en el año 2015 con una cuota de valor del 15%. Vogue se convirtió en la marca comercial más grande y superó los vendedores directos y; se prevé que los cosméticos de colores registre un valor tasa compuesta anual de 4% a precios constantes de 2015 durante el período proyectado para llegar a Col \$ 1,1 billones en 2020

En definitiva, la importancia de estudiar este tema es debido a las nuevas tendencias que se generaron como se mencionó anteriormente, rigiendo así el mercado del cuidado personal más específicamente el arreglo de las uñas, además la innovación como por ejemplo en la técnica “*Nail Art*” que es la decoración en las uñas hasta puntos tan extremos que parecen verdaderas obras de arte, lo cual ha impulsado aún más esta categoría haciéndose más fuerte y más atractiva para las mujeres del siglo XXI.

Con este proyecto se busca contribuir al marketing de manera que ayude a conocer este mercado emergente identificando así las nuevas tendencias en la categoría de arreglo personal específicamente en el arreglo de las uñas que permitan al marketing desarrollar nuevas

estrategias de bienes y servicios y de igual manera generar nuevas experiencias satisfaciendo en su totalidad al cliente.

Igualmente contribuirá a los establecimientos especializados que ofrecen estos servicios para poder adelantarse a las necesidades del cliente y reconocer en cuáles factores están fallando y así tomar las acciones correctivas correspondientes para lograr ofrecer un mejor servicio al público objetivo.

## 5. MARCO TEORICO

### 5.1 *Sobre el consumo estético. Antecedentes de la cultura*

La modernidad según Foucault “es la disciplina cuya finalidad consiste más en controlar a las personas que en liberarlas” por otra parte Lipovetsky (1986) en *La era del vacío* habla de la posmodernidad la cual para él era un proceso más de personalización “Así opera el proceso de personalización, nueva manera de organizarse y orientarse a la sociedad, nuevo modo de gestionar los comportamientos, no ya por la tiranía de los detalles, sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posibles, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menos represión y la mayor comprensión posible” (pág. 6) es decir, que la posmodernidad como la presentaba Lipovetsky (1986) favorecía la autonomía y aumentaba la dependencia.

La posmodernidad ha sido una época que se ha caracterizado por una carencia de valores morales. Su mayor influjo se plasma en el actual relativismo cultural y en la creencia de que nada es totalmente bueno ni absolutamente malo, esto ha supuesto una nueva forma de interpretar los valores, apreciar la estética, relacionado desde luego con las personas y los valores postindustriales. (Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales, 2011, p.20)

Posterior a la posmodernidad Lipovetsky (1986) define la hipermodernidad como la época del desempleo, la preocupación por la salud, las crisis económicas. El desarrollo de la globalización y de la sociedad de mercado ha producido en estos años nuevas formas de pobreza, marginación, precarización del trabajo y un considerable aumento de temores e inquietudes de todo tipo. Sin embargo, la sociedad hipermoderna no ha supuesto la aniquilación de los valores

Nuestra sociedad es una sociedad de consumidores, y a partir de ello traza una división entre modernidad y posmodernidad, señalando cómo la ética del trabajo ha sido reemplazada por una estética del consumo, es decir, que la ética del trabajo se refería a una “sociedad de productores” que se dedicaba principalmente a producir, esta sociedad formaba a sus integrantes con la necesidad de desempeñar el papel de productores, y la norma impuesta a sus miembros era la de adquirir la capacidad y la voluntad de producir, por otro lado, en la estética del consumo se refería a una “sociedad de consumidores”, la forma en que esta sociedad moldea a sus integrantes está regida, ante todo, por la necesidad de desempeñar el papel de consumidor, la norma que les impone, la de tener capacidad y voluntad de consumir Bauman (2003)

Por lo tanto Bauman (2001) afirma que con la modernidad y el colapso comunitario todos tuvimos que empezar a construir nuestras identidades. Esa es la libertad que nos ofreció el mundo moderno, el construirnos a nosotros mismos. Mientras que las comunidades originarias nos decían quiénes éramos (nos definían), en el mundo moderno nosotros deberíamos construir nuestra identidad.

En la etapa del capitalismo postindustrial ha aparecido una comunidad de consumidores en la que la satisfacción de los deseos y las necesidades es prioritaria. En la modernidad, el comportamiento del individuo es rutinario y monótono, mientras que en la sociedad de consumidores esta lógica se invierte, y la conducta ya no es rutinaria y se encuentra en constante elección.

Se debe considerar al consumo como uso social según Alonso (2007) “forma como concreta, desigual y conflictiva de apropiación material y utilización del sentido de los objetos

y los signos que se producen en un campo social por parte de grupos sociales con capitales (económicos, simbólicos, sociales, culturales) distintos y desde posiciones sociales determinadas por el proceso de trabajo”

Primeramente el consumo cerraba en el plano cotidiano las dimensiones múltiples que componían la industria nacional, empresa pública, producción en masa, grandes empresas muy burocratizadas, clases medias y obreras protegidas por una ciudadanía social y laboral, etc. Todo ello en un marco de comercio internacional establecido como competencia, cooperación y extensión de industrias nacionales pugnando por mercados de productos –casi siempre productos materiales– más extensos, intentando imponer las ventajas competitivas de las naciones sobre áreas supranacionales, pero todavía con una fuerte regulación estatal o por acuerdos entre estados dice Alonso (2007).

En los años ochenta y noventa los intercambios comerciales se juegan ya no como un intercambio de mercancías a nivel internacional, sino como un sistema articulado de empresas-red que operan a nivel transnacional, y donde lo que se realiza ya no es tanto un comercio entre países o economías nacionales en su sentido tradicional como un conjunto de operaciones integradas con flujos acelerados de información, patentes y derechos intelectuales, componentes, tecnologías y, sobre todo, recursos financieros cada vez más desmaterializados. Alonso (2007)

Esto más hacia el consumo se establece como el derroche semiótico, la inversión en imagen, la erotización simbólica; se minimizan cada vez más las barreras entre el consumo como actividad económica y como fenómeno cultural, el sistema de marcas se extiende y se aleja de sus bases productivas y comerciales. Son metamarcas que se despliegan por encima

de los objetos, las funciones y, sobre todo, los sujetos, creando toda una mitología propia. Klein (2001)

El consumo se presenta ante la sociedad actual como un derecho para disfrutar y no como una obligación para cubrir las necesidades, además los individuos son guiados por intereses estéticos y hedonistas, no por normas éticas, porque es la estética y el hedonismo los elementos fundamentales de la comunidad de consumidores.

Los nuevos consumidores del cambio de milenio habrían superado así la inconsciencia feliz de la opulencia y también la agresividad y el ultra narcisismo, instalándose en la vida postmoderna de una manera mucho más naturalizada y serenamente individualizada. Alonso (1998).

Muchos consumidores están dispuestos a hacer sacrificios sobre los productos corrientes, con el fin de poder autorizarse en paralelo compras-placeres; así, la parte del mercado de gama alta no ha parado de aumentar dentro de la Unión Europea (Brée, 1999: 17).

En los años 90 ya no se quiere jugar a “ser”; se busca un mayor equilibrio y una mayor armonía con el medio físico y social. Por ello, uno prefiere comunicar sus gustos verdaderos y su sensibilidad a través del sesgo de sus estrategias de compra. La aspiración es siempre la de beneficiarse del marco que tranquiliza a los grupos, pero ya no quiere dejarse alienar por una presión normativa demasiado fuerte. El hedonismo, que continúa siendo uno de los valores básicos, se expresa de manera más simple que antes: se puede encontrar placer haciendo cosas pequeñas, como leer un libro o contemplar una puesta de sol Alonso (1998).

La meta del sujeto postmodernista es mantenerse joven y hermoso, estando muy influido por el placer y el cuerpo; ya no se habla de dietas, gimnasios o tratamientos médicos para sentirse físicamente bien, sino para exhibir un cuerpo lo más atractivo y joven posible.

Respecto a los hábitos y comportamientos de consumo, el postmodernismo está determinado por una mayor elección de productos diferentes, así como en su diseño y presentación. , gusto y cultura, independientemente de la clase social a la que pertenecen. Por medio del diseño y de las tecnologías, la estética se ha introducido en el mundo de la producción y a través de la comercialización y el estilo, la imagen provee un modo de representación ficticia del cuerpo sobre el que tiene base el mercado de consumo según el estudio de Estética Corporal, imagen y consumo en Castilla-La Mancha (2011)

Featherstone (2000) se refiere a que existe una búsqueda de una superioridad a través de la construcción de un estilo de vida, en el cual hay una gran preocupación por alcanzar la originalidad y la superioridad en la forma de vestir, el porte, la imagen y los hábitos personales, como también existe una cierta manipulación comercial de las imágenes a través de los medios de comunicación y la publicidad, que produce una eterna generación de deseos con sus imágenes. En la sociedad de consumo no solamente hay una circulación material, sino individuos que intentan cambiar el aspecto estético de la realidad.

Con relación a lo anterior, el estudio realizado en el año 2011 por la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales de Castilla - La Mancha, el estilo de vida consumista y hedonista se ha implantado en la cultura postmodernista, con el aporte de la tecnología y los nuevos diseños, de tal forma que la estética ha penetrado en el mundo de producción acorde a los nuevos tiempos, y la imagen ha ocupado un lugar preferente en la comercialización y el consumo; por lo que el estilo y la imagen corporal son puntos de apoyo claves en el consumo actualmente

Los valores, principios y creencias que se comparten en la cultural del “culto al cuerpo” son entendidos como un conjunto de representaciones sociales que los individuos mantienen

presentes en sus mentes como un tipo de guías de acción que ordenan y conducen su comportamiento. Se le da un nuevo significado al concepto de calidad de vida, incrementando el valor de la salud en un entorno en el que la vida cotidiana se ha visto invadida por aspectos estéticos y por lo tanto comprende una serie de hábitos que se expresan en una serie de obligaciones cotidianas, en donde la moderación es el patrón de conducta que rige a los sujetos. Se debe comer bien y respetar los horarios, no hay que fumar, no consumir alcohol en exceso y realizar alguna actividad física; éstos son los pilares de este estilo de vida saludable. (Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales 2011, p.27)

### ***5.2 La cultura del “culto al cuerpo” y el significado de lo estético en los “Nail Bar”***

En una reciente encuesta realizada en EE.UU a 30.000 personas, publicada en el “Psychology Today”, destaca que un 93% de las mujeres y un 82% de los varones encuestados están preocupados por su apariencia física.

En línea con lo anterior, la preocupación por la imagen personal no es algo nuevo, según Giddens (1995) en las sociedades tradicionales, el cuerpo solía considerarse un aspecto de la naturaleza, regido sólo incidentalmente por la intervención humana. No obstante, todo esto se vio alterado por la progresiva invasión del cuerpo por sistemas abstractos o los conocimientos especializados, la necesidad que siente el individuo de verse y sentirse bien ante los demás, buscando obtener una imagen socialmente aceptada.

Según Bourdieu (1986) el cuerpo humano es pensado o leído como un producto social y por tanto atravesado (penetrado) por la cultura, por relaciones de poder, las relaciones de dominación, y de clase . Ello permite plantear brevemente una noción o percepción del cuerpo de quienes “dominan” y una noción del cuerpo de quienes son “dominados”.

La Identidad social, es la que deriva de la pertenencia de la persona a grupos sociales a lo largo de su vida. En cambio, la Identidad personal se aplica a los casos en los que la persona se define a partir de sus rasgos únicos e idiosincrásicos (Tajfel y Turner, 1979).

Además, surge una industria del “culto al cuerpo”. Se entiende por culto al cuerpo a la obsesión por el estado del propio físico, lo que conduce a llevar una vida centrada en los ritos para mantener, conseguir o tener, un determinado aspecto ante la sociedad (Busquets, 2008)

En el contexto actual, la imagen personal cada vez cobra más importancia y el cuerpo ideal es mucho más importante para la mujer que para el hombre. Por ello, las mujeres obesas están más discriminadas socialmente y presionadas para hacer dieta que los varones obesos y son ellas las que llenan las clínicas de control de peso (Alemany, 1993)

Featherstone (1991) distingue dos tipos de exigencias con respecto al cuerpo: que el cuerpo interior (innerbody) funcione bien (esté sano y en forma) y que la apariencia (outerbody) sea cuidada.

También, las imágenes culturales que refractan y proyectan los medios de la prensa escrita acerca del cuerpo “marcado” por el proceso de envejecimiento remiten a adjetivos que poseen una carga valorativa, generalmente camuflada en conceptos estelares. Así, tener un “buen cuerpo”, implica responder a un cierto patrón estético, a una imagen saludable y mostrar un tono juvenil. (Yuni, Urbano, & Arce., 2009)

Una parte muy importante del consumo se relaciona con la adquisición de artículos que tienen que ver con la apariencia física: prendas de vestir, perfumes, complementos, joyería, etc. La compra relacionada con este tipo de productos comparte en gran medida los mecanismos de incitación al gasto y los problemas de autocontrol de otros tipos de consumo.

Es la apariencia física algo inseparable de nosotros mismos y de la percepción de ella se relaciona con la autoestima, el estatus social, que contribuye desde luego al éxito o fracaso de las relaciones interpersonales.

La fachada goffmaniana, ha ganado una especial relevancia en relación con los nuevos estilos de vida y el retorno del mito de la eterna juventud. Las prácticas y los saberes son promovidos por múltiples especialistas, como los estilistas, los médicos, los publicistas y los esteticistas, que han contribuido a crear o definir y legitimar los nuevos códigos éticos y estéticos de los usos sociales del cuerpo (Baudrillard, 1974; Featherston, 1991).

Las mujeres están sujetas a muchas prácticas disciplinarias que producen un tipo de cuerpo típicamente femenino. Y es que, al parecer, la feminidad es un artificio, es una construcción social es “una forma de aplicar y reaplicar las normas de género que revisten otros tantos estilos de cuerpos”. Entre las muchas técnicas corporales que producen un cuerpo más femenino se pueden distinguir tres:

a) aquéllas que pretenden conseguir un cuerpo de cierto tamaño y configuración, como son: la cirugía estética, los regímenes, las dietas, cuyo extremo máximo se encuentra en la bulimia y la anorexia nerviosa (enfermedad femenina entre los 14 y los 26 años); b) aquellas técnicas que tienen como objetivo conseguir una forma de expresión corporal femenina a través de la forma de moverse, en la mirada y en los gestos, y, por último, c) aquéllas que están dirigidas a mostrar un cuerpo como una superficie decorativa: depilación, maquillaje y adornos (Bartky, 1994: 63-92)

### ***5.3 Estilo de vida y consumo de servicios personales***

Como se mencionó anteriormente el interés por el estilo de vida, por la estilización de la vida, sugiere que las prácticas de consumo, la planificación, la compra y la exhibición de bienes y experiencias de consumo en la vida cotidiana no pueden entenderse meramente mediante las ideas de valor de cambio y de cálculo racional instrumental (Featherstone, 2000).

Tomando como referencia a Ewen (1988), el estilo de vida posee una dimensión subjetiva en tanto forma de percepción y aspiración, no obstante su alcance no se limita al campo de la subjetividad sino que está profundamente vinculado con la estructura de la vida social, política y económica constituyendo una gran red de industrias implicadas. Por su parte, Mafud (1985) señala que los estilos de vida pueden ser concebidos como subculturas que poseen un ethos propio impregnado de saberes-mundo. Los estilos de vida presentan, según el autor, procesos de socialización individualizante que segmentan grupos a partir de una filosofía de “pertenecer a algo” implicando para cada grupo de interés un determinado conjunto de signos y prohibiciones fundadas en las industrias culturales.

La preocupación por el estilo de vida y la autoconciencia estilística han hecho que el individuo no adopte cierto estilo de vida por tradición o hábito, sino que reflexivamente lo elija haciendo de su cotidianeidad un proyecto de vida. A través de la vestimenta, posesiones y la utilización del tiempo libre, exhibe su individualidad haciendo alarde del estilo de vida que ha elegido Featherstone (2000).

Lash (1990), refiere la preocupación por el estilo de vida cuando el sujeto opta por determinado estilo de vida en función del prestigio social que este puede aportarle; se reflexiona a partir de la imagen y apariencia personal.

Este sector está estrechamente relacionado con bienes y servicios altamente valorados en la sociedad contemporánea, tales como la belleza, la salud y la juventud (Jones, 2010; Lipovetsky, 1997; Pedraza 1999) y las peluquerías y los salones de belleza ocupan un lugar particular, ya que en ellos se establece una relación directa entre la clientela y los productos (materiales e inmateriales) que ofrecen las industrias de la belleza. Su papel es distinto al de los almacenes especializados que venden a la clientela un producto físico, acompañado de una promesa de juventud, belleza o bienestar (Jones, 2010). En los salones de belleza, la promesa debe materializarse en el acto, en el cuerpo, y la apariencia del cliente.

Con relación a los centros de estética, un estudio realizado en España por Futurpress en el 2008 indica que la mujeres siguen siendo las que más acuden a los centros de belleza; el 50% de las personas acude al menos una vez al año, un 3% una vez a la semana, un 8% cada 15 días y un 39%, al menos una, vez al mes. Un 26% de las personas considera que incrementarán su gasto en este tipo de servicios; aunque uno de los principales servicios relacionados con el bienestar y la imagen personal, que más ha incrementado su demanda, en los últimos años, son los de mantenimiento físico corporal, sobre todo los balnearios y los Spas, que han demostrado un grado de aceptación creciente y constante. Los tres subsectores más importantes relacionados con la imagen personal y la estética, del sector de los servicios personales son:

- Los servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza.
- Los servicios de mantenimiento físico corporal: balnearios y baños.
- Los servicios de instalaciones deportivas

Los servicios de belleza son demandados, en su mayor parte, por mujeres, aunque el colectivo masculino comienza a acudir a los centros de estética y ya alcanza el 17% de la

clientela. Es por ello, que los centros de belleza se han ido adaptando a los cambios sociales, y abriendo sus puertas a este nuevo perfil de cliente.

Dicho lo anterior, en el ámbito de la belleza, la apuesta innovadora se centra en el cliente masculino, ofreciéndole: nuevas técnicas de corte, tratamientos capilares, servicios de colores específicos, manicura, tratamientos faciales y depilación, entre otras, son algunas de las nuevas ofertas que se dirigen a este nuevo objetivo de cliente potencial. Aunque el mayor gasto en peluquería y salones de belleza todavía sigue siendo liderado por las mujeres, no hay duda de que el género masculino se preocupa cada día más por su imagen. En la actualidad la peluquería y la estética tienden a diferenciarse, y a ser desempeñados por profesionales específicos.

Este tipo de servicio integral, uniendo la estética al marco de actuación de la peluquería, permite ofrecer al cliente un servicio más completo.

#### ***5.4 Creencias y rituales relacionados con el cuidado de las uñas en los “Nail Bar”***

La técnica “*Nail Art*” implementada por los establecimientos “*Nail Bar*” consiste en aplicar la pintura para las uñas en varios diseños, de la pintura y / o aerografía mano (aerosol). Jeanes y Green (2001). El esmalte del diseño está sellado entre una capa inferior y una superior de esmalte. Rhinestones, brillo, perlas, papel de aluminio y varias otras sustancias pueden incorporarse en el diseño, por ejemplo diseños de leopardo, de serpiente y efectos de cebra de la piel son muy populares. En los EE.UU., para los diseños incluyen fantasía y 3D. Con esto se logran desarrollar los diseños a los cuales se les conoce “Arte en las uñas”, lo que se realiza con diferentes diseños, materiales según los gustos y preferencias de las personas. A

partir de esta nueva técnica para el diseño en las uñas se han creado maquinas especiales para llevar a cabo un diseño más perfecto sin tantas demoras.

Por otra parte, los establecimientos "*Nail Bar*" están orientados a la clase alta ya que están ubicados en sitios exclusivos y no todas las personas asisten a estos lugares por su precio. Respecto a lo dicho anteriormente se analiza lo que ha podido ser el primer grupo social moderno para el que el consumo tiene una función fundamental en relación con el establecimiento de un estilo de vida que proporciona prestigio, la clase alta norteamericana de finales del siglo XIX conocida como la "clase ociosa". Para este grupo social el consumo ostentoso de bienes se constituye como el medio más efectivo en la sociedad urbana moderna de demostrar la riqueza de la que deriva el prestigio social (Veblen, 1976).

Estos establecimientos utilizan las redes sociales, para estar en contacto con las usuarias. Una red social se puede definir como "los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad" (Orihuela, 2008, p.59).

Por otra parte según Fernández (2008) "Las redes sociales no son sólo un juego para el encuentro inesperado y sorprendente, sino espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad". Con lo anterior se puede establecer que las redes sociales permiten la comunicación entre amigos y lo más importante es que son espacios virtuales que ayudan al desarrollo de proyectos o negocios como es el caso de los "*Nail Bar*", los cuales utilizan estas redes sociales ,especialmente Instagram, en la cual pueden tener una interacción constante con las usuarias, donde pueden observar las opiniones de estas y así mismo implementar los cambios necesarios para que el servicio y la experiencia en estos

establecimientos sea cada vez mejor, además de estos les ofrecen a las usuarias la posibilidad de ver los diferentes diseños que se realizan en el establecimientos, logrando que estas vean la calidad y el acabado del manicure. Además de esto a través de las redes sociales implementan unos mini-tutoriales o el DIY que en inglés significa “Do It Yourself” que traducido al español es “Hazlo por ti mismo”, El DIY surge como una filosofía. Una idea que rechaza tener que comprarlo todo y sustituirlo por el trabajo que podemos hacer por nuestros propios medios.

Este movimiento promueve la realización de cosas por uno mismo o de manera que se ahorre dinero. Esto se puede aplicar a cualquier ámbito de la vida cotidiana, entre ellas la artesanía y las manualidades, pero también a la realización de tareas, reparaciones, fabricación casera de ropa, instrumentos musicales... extendiéndose a cualquier capa creativa que podamos imaginar. Esta filosofía ha evolucionado y se ha ido fragmentando, en las cuales se encontrara mucho contenido de tutoriales DIY que en la mayoría está relacionado con artesanías, que lo utilizan más que todo las bloggers o vloggers. Otro ejemplo es el de la tecnología DIY como las impresoras en 3D, que permite crear los objetos que usted quiera. Estos tutoriales DIY o Hazlo tú mismo, lo implementan los “Nail Bar” a través de fotos o videos, en sus diferentes redes sociales, más que todo Instagram, los cuales el público objetivo de estos establecimientos puede utilizar para la realización de los diseños, pero no solo son tutoriales de uñas también son sobre peinados y tips de belleza que permiten llevar la experiencia del “Nail Bar” a la comodidad del hogar.

Por otra parte las manicuristas que trabajan en este tipo de establecimiento y usuarias de este servicio no estas exentas de que los químicos y diferentes productos afecten la salud. Según la OSHA (2012) algunas sustancias químicas posiblemente peligrosas, se

encuentran en los productos y tiene un efecto sobre el cuerpo, estas son la acetona (quitaesmalte de uñas), dolores de cabeza, mareos e irritación de los ojos, piel o garganta y el acetato de butilo (esmalte y quitaesmalte de uñas): dolores de cabeza e irritación de los ojos, piel, nariz, boca y garganta. (p.3).

Es relevante saber que algunas mujeres se han envenenado, han desarrollado infecciones por el uso de sustancias tóxicas, han sufrido quemaduras y laceraciones en la piel por depilarse o tratar de cambiar el color de la piel o la textura del pelo. Incluso arreglarse las uñas en un salón de belleza implica el riesgo de contraer una infección, si la higiene es deficiente en los instrumentos usados, pues hay probabilidad de contacto con sangre. (Tovar, 2004). Por consiguiente es primordial que los establecimientos sean higiénicos para la prestación del servicio para que las mujeres se sientan satisfechas con el servicio y el resultado, además las usuarias de este tipo de servicio deben saber que no deben exagerar con el arreglo de las uñas ya que estas necesitan descansar de los químicos que contienen los esmaltes u otros materiales para el arreglo de las uñas.

Por otra parte también toca tener en cuenta que las personas que prestan el servicio en las peluquerías o establecimientos como los “*Nail Bar*”, son las que tiene más riesgos de contraer estas enfermedades porque están 8 horas diarias expuestas a estos químicos por esta razón se deben tener muchos cuidados como los que afirma OSHA (2012):

- Vístase con camisas de manga larga para protegerse los brazos, y pantalones o faldas que lleguen por lo menos hasta las rodillas para protegerse las piernas del polvo de las uñas de acrílico y otros polvos.
- Lávese las manos antes y después de trabajar con los clientes; antes de comer, beber, ponerse cosméticos o fumar; y después de tocar o mover productos.

- Póngase gafas protectoras y use el tipo correcto de guantes desechables cuando toca o mueve los productos

- Cubra y proteja cualquier corte o grieta que tenga en la piel.
- Protección respiratoria (p.8-9).

Para que de esta manera prevengan cualquier tipo de enfermedades y/o lesiones que se puedan producir en el transcurso del día de trabajo.

Respecto a las creencias, estas incluyen las actitudes, la estética y belleza cada uno teniendo unas características que ayudará a la definición total de las creencias que se presentan en el arreglo de las uñas en los "Nail Bar".

Las creencias según Pepitone (1992) las considera como "conceptos normativos creados y enraizados en los grupos culturales, son estructuras relativamente estables que representan lo que existe para el individuo más allá de la percepción directa de cosas, eventos, personas y procesos las cuales se define como el firme asentimiento y conformidad con algo."(p.63). También se considera que la creencia nace desde el interior de una persona (se desarrolla a partir de las propias convicciones y los valores morales), aunque también es influenciada por factores externos y el entorno social (la presión familiar, los grupos dominantes, etc.). Constituyen la base de nuestra vida, el terreno sobre que acontece. Porque ellas nos ponen delante lo que para nosotros es la realidad misma. Toda nuestra conducta, incluso la intelectual, depende de cuál sea el sistema de nuestras creencias auténticas. En ellas "vivimos, nos movemos y somos". Por lo mismo, no solemos tener conciencia expresa de ellas, no las pensamos, sino que actúan latentes, como implicaciones de cuanto expresamente hacemos o pensamos. Cuando creemos de verdad en una cosa no tenemos la "idea" de esa cosa, sino que simplemente "contamos con ella". (Ortega, 1934, cap.II). En relación, tales

creencias de las adolescentes surgen de su entorno, que el crecimiento de la uña, depende en gran medida de nuestra nutrición, el balance hormonal y de nuestra edad, el color y el aspecto de nuestras uñas refleja la salud de nuestro cuerpo, la uña que tiene el crecimiento más rápido es el dedo corazón. Sin embargo el dedo que más tarda en crecer es el pulgar.

Las creencias van ligadas a las actitudes, las actitudes como expresa San Marti y Tarin (1999) son el resultado de una combinación entre la razón, el sentimiento y la voluntad.” También según Dreezens, Martijin, Tenbult, Kok y De Vries, las actitudes se pueden considerar como tendencias psicológicas expresadas mediante la evaluación favorable o desfavorable hecha sobre algo. También las han considerado como representaciones mentales de esas respuestas evaluadoras, que pueden estar basadas en sentimientos, conocimientos o experiencia previa.

En general, las actitudes suelen ser investigadas más, mediante cuestionarios, entrevistas y ensayos, es decir, mediante declaraciones de los individuos, que, mediante la observación de sus comportamientos. Esta metodología y los tratamientos estadísticos que se aplican no están exentos de dificultades, como afirma Gardner (1995) y Shrigley (1990), a partir de una amplia revisión, ha descrito cinco maneras de relacionar actitudes y comportamiento:

- 1) La actitud precede al comportamiento.
- 2) La actitud es comportamiento.
- 3) La actitud no está directamente relacionada con el comportamiento.
- 4) La actitud sigue al comportamiento.
- 5) Actitud y comportamiento son recíprocos.

La teoría de acción razonada se apoya en el supuesto de que el comportamiento humano es el resultado de procesos previos de toma de decisiones y aporta un esquema que relaciona el comportamiento con variables, como: actitudes, creencias, apoyo social, intenciones, información, evaluación que se hace de la misma, normas y valores.

De las actitudes se desprende la identidad, que como se mencionó anteriormente las actitudes van muy ligadas al comportamiento que también permite que cada uno de los individuos del mundo pueda tener un comportamiento y actitudes diferentes frente alguna situación específica que se le presente, hablando más un poco del arreglo del cuidado de las uñas en los “*Nail Bar*”, se puede ver que las personas tiene diferentes actitudes y creencias al servicio prestado en estos establecimientos , como por ejemplo que por tener un precio más alto en comparación con una peluquería de barrio , es mejor el acabado del diseño y la atención prestada al cliente es más considerada. En actitudes al ser un sitio en una zona exclusiva, las personas suelen tener mucho más presentes los modales y tener una actitud que vaya de acuerdo al lugar en el que se encuentran.

Las actitudes hacen parte de lo que es la persona es, es decir, la identidad, esta constituye como lo indica Dossier (2009) para una Educación Intercultural es un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas, es decir, que a determinada situación la persona reaccionara de determinada manera. Para esto se cuenta con diferentes formas de pensar, de sentir y de actuar que reacciona constantemente lo que quiere decir que la identidad es constante está en continuo cambio y que se va adaptando según nuestra edad, experiencias y entorno. Así mismo es el análisis que cada persona realiza de los valores y los comportamientos de los de diferentes medios a los que pertenece.

La construcción de la identidad individual constituye un trabajo laborioso que se va volviendo complejo. Antiguamente la alternativa de comportamientos era menos amplia y las reglas de conductas eran más claras y más rígidas. Según Jorge Larraín que la identidad sólo puede construirse en la interacción simbólica con los otros, generando una auto-imagen, que siempre se sitúa en un juego de influencias con los otros: "estoy influido por la identidad del Otro y mi identidad influye en la suya". En un constante movimiento de ida y vuelta, los otros me definen y yo me defino con relación a ellos. Estas mutuas definiciones revisten la vía de señales con mensajes verbales y no verbales, como la elección de un vestido o de un peinado.

La identidad se relaciona con los "*Nail Bar*" porque son establecimientos que ayudan a formar la auto-imagen de la persona, dándole un espacio donde se pueden arreglar las uñas utilizando diferentes técnicas que le permitan transmitir a través del arreglo de las uñas a las persona de su círculo social que es una persona que le gusta cuidarse y así mismo que va a lugares que están en tendencia, por otra parte que tiene la posibilidad económica de adquirir este servicio.

Una de las características que hace parte de la identidad es el estilo personal de cada persona, que se puede reflejar como anteriormente se mencionó en el arreglo de las uñas, demostrándolo a través de los diseños y los colores utilizados para la realización de manicure y referente a los establecimientos especializados el tipo de estilo que tiene la persona, por ejemplo si son colores rosas son delicadas y femeninas según Horacio Krell el estilo personal es cómo se hace lo que se hace. Es el vehículo del "Yo" cuando se saca la máscara que lo protege y se revela. El estilo personal improvisado puro no existe, hay reglas que codificaron la conducta humana desde hace billones de años y que provienen de un gran "Yo" común del cual somos herederos. Siempre hay reglas, algunas impuestas y otras ocultas que aparecen

durante el sueño, el juego, el mito, el arte o el espíritu y que se expresan cuando no se piensa en el tiempo (él era y el será), ni en las causas (por qué y el por qué).

La Real Academia Española define estilo como “gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa” también como “modo, manera, forma de comportamiento”, el estilo va muy ligado al estilo personal y los diferentes comportamientos , preferencias y gustos que tiene la persona, que también son influenciados por el entorno, es decir, por las tendencias del mercado como lo indica el estudio de mercado realizado por el Instituto Nacional de la economía social de México en la cual nos muestra resultados en donde se observa que las tendencias del mercado influyen en el tipo de consumo de los consumidores “La demanda ve incrementada en época de calor; ya que la tendencia es el cabello muy corto, también se nota un importante incremento en la demanda durante el mes de diciembre debido a las celebraciones, demandando principalmente los servicios de peinado y maquillaje”. Las tendencias del mercado también depende de las preferencias y gustos de los individuos, las preferencias son según la RAE “primacía, ventaja o mayoría que alguien o algo tiene sobre otra cosa , ya sea en valor, ya sea en el crecimiento”, otra definición es “elección de alguien o algo entre varias personas o cosas”.

Por otra parte el gusto es la herencia cultural convive con la diversidad, como dice el refrán: y existe una amplia pluralidad de paladares dentro de un mismo contexto social.

Según la Rae el gusto es “el placer o deleite que se experimenta con algún motivo o se recibe de cualquier cosa”. Con lo dicho anteriormente en los establecimientos especializados llamados “Nail Bar” la adquisición de este servicio depende de las preferencias y de los gustos del consumidor, no solo por la preferencia del lugar ya sea eligiendo una peluquería de

barrio a un lugar especializado para realizarse el manicure, sino también por los gustos del consumidor al momento de elegir el diseño, colores y hasta también en si le gusta el agua muy caliente o tibia, que si le gusta o prefiere que le limen las uñas en forma cuadrada o redonda, todo esto son las preferencias y gustos de los individuos, pero esto no es lo único que las personas no tiene en cuenta , también tiene en cuentan la estética, es decir, tener en cuenta mis gustos y preferencias pero que se perciba como “bonito” que sea estético.

La estética es la percepción nuestra y la de la sociedad sobre nuestra apariencia, la palabra estética también se puede usar para referirse a las diferentes acciones con el fin de lograr la belleza corporal, en este grupo está incluido tratamientos quirúrgicos, medicina estética, cirugía estética, así como la cirugía dental que es un conjunto de tratamientos para solucionar problemas relacionados con la salud bucal y mejorar la sonrisa, todos estos procedimientos teniendo muy en cuenta lo que la sociedad considera como bello y cuáles son los estándares de belleza establecidos para alcanzarlos y así volver a lo mismo.

De acuerdo con Baumgarten (1952) usó la palabra estética, como: "ciencia de lo bello, misma a la que se agrega un estudio de la esencia del arte, de las relaciones del éste con la belleza y los demás valores". Algunos autores han pretendido sustituirla por otra denominación: calología, que atendiendo a su etimología significa ciencia de lo bello. (Wikipedia)

La Estética habla de lo que es, de lo que ha sido y de lo que pudiera ser, la especulación, pudiéndose situar en el antes o el después del objeto (Aullón, 2013). La estética se relaciona con los “*Nail Bar*” en que a través del manicure , demostrando un buen cuidado, buen aspecto personal como lo muestra el estudio de Instituto nacional de la economía social de

México en el cual muestra “La demanda del servicio de la estética responde a la necesidad de la población de mantenerse un buen aspecto personal”, estando en relación con lo dicho anteriormente, en lo cual es importante para las personas adquirir los servicios estéticos, en este caso el manicure para que reflejen un buen aspecto y buena apariencia.

La apariencia refleja la imagen que quiere el individuo reflejar para así ser aceptado e incluido en la sociedad, para entenderlo más fácil se puede relacionar como lo expone Lipovetsky (1990) “Con la moda empieza el poder social de los signos infinitos, viéndose presente en la distinción social que da uso a nuevos modelos en peinados, prendas de ropa, accesorios, rompiendo así totalmente con la tradición, dándole un giro total a la historia que hasta ese momento se abría a un nuevo mundo de ideas; con ello también se da paso a la imitación por parte de la burguesía queriendo seguir las tendencias que utilizaba la nobleza, generando así cambios constantes en la moda (...)”

Las características de la apariencia personal pueden tener efecto sobre las percepciones y reacciones de los otros. “Se podría pensar que no merece la pena conocer a la gente que responde a estas señales externas, puesto que olvida el “interior de la persona”. Sin embargo, la gente puede no llegar a tener nunca una oportunidad de conocer el interior de la persona si son rechazados por la apariencia externa” (Gambrill & Richey, 1985). En los “*Nail Bar*” la apariencia es importante tanto en el manicure como en la apariencia de los establecimientos porque estos deben ser llamativos y “bonitos” ante los ojos del público objetivo de estos establecimientos, esto también está relacionado con la belleza como lo define Tomás de Aquino como lo bello como todo aquello que agrada a la vista (*quae visa placet*).

Por otro lado la belleza ha sido definida como la característica de aquello que a través de una experiencia sensorial (percepción) procura una sensación de placer o un sentimiento de satisfacción. En este sentido, la belleza proviene de manifestaciones tales como la forma –tacto, tangible, escultura–, el movimiento –garbo, donaire, el aspecto visual –deslumbrante– y el sonido –música–. No se asocia a los sabores ni a los olores. En esta línea y haciendo hincapié en el aspecto visual, Tomás de Aquino define lo bello como todo aquello que agrada a la vista.

Tovar (2004) afirma: la belleza femenina y la manipulación del cuerpo tiene repercusiones psicológicas, físicas y políticas en la salud personal y pública. Resulta, además, en opresión, control y disminución del empoderamiento, esclavizando a la mujer y encasillando en un rol artificial. Esto es, siguiendo a Foucault, una manera de disciplinar el cuerpo hasta tornarse “dócil” y subordinado (p.268).

Otra definición según Phillippe Stark “La belleza no significa nada. Hoy, lo bello es rosa; en seis meses, será lo verde. El estilo del mañana será la libertad y el reconocimiento de la diferencia. Debemos reemplazar la palabra “belleza” por la palabra “bueno”. La belleza con los establecimientos especializados está basado en el manicure y que sea considerado bello para las demás personas del círculo social del cual la persona hace parte, pero también hace parte de como los establecimientos reflejan “lo bello” en la decoración de los “*Nail Bar*”, en la elección de los colores, y todos los detalles que hacen parte de esto. También en estos establecimientos y más en el proceso del manicure se encuentran unos rituales que se van adquiriendo a través de la experiencia de cada individuo.

Dentro del aspecto de rituales se encuentran los hábitos, símbolos y procesos tanto en el manicure como en los establecimientos “*Nail Bar*” al momento de hacer el arreglo de las uñas.

La teoría de la distinción (Bourdieu, 1998) integra el cuerpo y sus diferentes usos en un esquema explicativo global, donde relaciona, de un modo determinista, las condiciones sociales de existencia, el habitus y las prácticas; “el gusto” y el “estilo de vida”: el habitus es, entonces, un concepto que enlaza al individuo con lo social. El modo en que vivimos en nuestros cuerpos está influenciado por nuestra postura social en el mundo y por nuestra clase social. Todas tenemos nuestro propio habitus, sus propias disposiciones que son adquiridas mediante la educación, tanto formal como informal, a través de la familia, la escolarización, entre otras (1994).

Una definición de ritual es: “Los rituales han sido definidos como patrones verbales repetitivos e institucionalizados, actualizados originalmente y mayormente para propósitos religiosos, una de cuyas funciones es la regulación de situaciones de paso tales como el nacimiento, el matrimonio, la muerte o la iniciación que ayudan a soportar sentimientos de miedo e inseguridad surgidos de la situación lábil de las fases de paso” (Goffman 1971, Schrader 2003: 98-99).

De las definiciones anteriores, “se deduce que es una actividad simbólica de hacer siempre un acto de la misma manera mediante la ejecución de pasos que suceden y se repiten a lo largo de la vida de las personas (cumpleaños, 15 años, graduaciones, matrimonio, arreglo personal). Los ritos constituyen procesos de comunicación en donde se da significado a las experiencias y con los que facilita las relaciones entre los individuos y la sociedad. Desde una perspectiva comercial, los rituales se mediatizan mediante reuniones sociales,

cívicas, religiosas o empresariales, convenciones, donde lo esencial es que las empresas se integren a las comunidades del área de influencia.” Páramo y Ramírez (2010).

El recurso a los servicios profesionales no depende únicamente del nivel de ingresos sino también de lo que piensen y como se sientan las personas con su cuerpo, sobre su deseo a ser atendidas por especialistas y de su disposición a invertir tiempo y dinero en ello; depende también de su deseo a exponerse a la valoración estética de estilistas (Arango, Bello y Ramírez, 2013). La posición en el espacio social y el habitad de clase condicionan estas escogencias, moduladas por la especialidad de las experiencias individuales.

El cuerpo es un “signo”, es un “mensaje” que habla de su propietario. Ya no es importante ser feliz y encontrarse bien consigo mismo, sino la proyección que tienen los demás sobre uno mismo.

Con base en lo anterior Hall (1993) “En el mundo moderno los objetos son también signos y nos relacionamos con el mundo de las cosas de un modo a la vez instrumental y simbólico. En un mundo tiranizado por la escasez, hombres y mujeres expresan en su vida práctica no solo qué es lo que necesitan para su existencia material sino en algún sentido cuál es su lugar simbólico en el mundo, qué es lo que son, cuáles son sus identidades. (...) cada vez más hombres y mujeres juegan el juego de usar cosas para significar quiénes son. Cualquiera sabe que hoy las mercancías constituyen signos sociales y producen energía pero también sentidos”

Por su parte Belk (1988), define el materialismo como la importancia que un consumidor le da a las posesiones, enfatizando que en los estratos altos estos bienes asumen un lugar central en sus vidas, porque aquel cree que le dan (in)satisfacción. Cuando los objetos son medios

esenciales para la vida, son instrumentales, y si se adquieren para generar envidia, admiración o alcanzar estatus, son terminales (Richins y Dawson, 1992).”

En relación, Leach (1993) opina que los ritos constituyen un proceso de comunicación a través de múltiples medios expresivos (canto, danza, oraciones, el manejo de símbolos, la alimentación), que emplean códigos distintos (lingüísticos, proxémicos, kinésicos) para producir conjuntamente un mensaje.

Respecto a lo anterior, a comienzos de la década de 1960 se abre un nuevo campo de investigación: la comunicación no verbal. De esta forma, el cuerpo se presenta como una estructura lingüística que «habla» y revela infinidad de informaciones aunque el sujeto guarde silencio. Al parecer, «hablamos con nuestros órganos fonadores, pero conversamos con todo nuestro cuerpo» (Abercrombie, 1968).

La presentación de nosotros mismos mediante señales no verbales, mediante lo que Goffman (1969) llama «glosario del cuerpo» (bodygloss) es, sin duda, tanto una de las señales no verbales que más influye en las percepciones, tanto en las reacciones de todos los individuos en general como en las de cada uno en particular. Con estas premisas, el cuerpo, del que hemos hablado, se configura como un procedimiento calificador de otras informaciones, entre las que destacan la propia identidad personal, el indicador del grupo, la adscripción y la pertenencia a determinados grupos.

Lo anterior lo afirma Moulian (2001) cuando refiere que “a través de los ritos se reproducen, se renuevan las representaciones colectivas, se socializan las emociones y las actitudes, se refuerzan las relaciones, los valores sociales, se regulan las necesidades humanas y las constricciones medioambientales.” McCracken (1990) reconoce que los individuos son

el producto de su cultura, de sus agrupaciones sociales, por lo tanto, su actuación social está mediatizada por los siguientes comportamientos rituales:

1. Arreglo personal. Es asegurarse de que la ropa, el peinado y su apariencia personal reflejen en actos especiales significados simbólicos socialmente reconocidos por el grupo de referencia al que pertenece o desea interactuar.

Esto se refleja claramente en el cuidado y arreglo de las uñas ya que las personas se preocupan por su apariencia en tenerlas siempre bien arregladas ante la sociedad sea cual sea la ocasión.

2. Intercambio. Se relaciona con el comportamiento social de dar regalos, en la medida en que desea transferir las propiedades significativas que estos poseen a aquellos a quienes se los obsequia.

3. Posesión. Se asocia con el hecho social de destinar buena parte del tiempo en la limpieza, discusión, comparación, ostentación y fotografiadas posesiones o experiencias que tienen un valor simbólico para su dueño.

Las personas siempre tienen planeado cuanto tiempo van a invertir en un momento determinado para arreglarse las uñas.

4. Despojo de significado. Se manifiesta cuando el individuo está a punto de deshacerse de un bien, ya sea mediante su regalo o venta, tratando de eliminar el significado asociado a su propia personalidad. Igualmente existen bienes que las personas nunca se ufanan de poseer porque estos ya no tienen propiedades simbólicas socialmente reconocidas.

Con relación a lo anterior el ritual de arreglo personal McCracken (1990) expresa que la ropa, las joyas, los vestidos, los peinados, etc. tienen un significado simbólico en el grupo donde interactúan.

El espacio es la otra dimensión de nuestra experiencia del cuerpo y de la identidad (Merleau, 1945) En el mundo social existe un orden moral que impone en los individuos formas correctas e incorrectas de presentarse y vestirse.

En relación a lo anterior, el cuerpo humano es un producto social (mucho más que natural), modelado (o construido) en relaciones sociales que lo condicionan y le dan forma. Es decir el cuerpo humano es, por ello, un cuerpo “desnaturalizado” en un sentido estrictamente biológico. A través del cuerpo hablan (y como tal pueden ser “leídas”) las condiciones de trabajo, los hábitos de consumo, la clase social, el habitus, la cultura (Bourdieu, 1986).

## 6. METODOLOGIA

### *6.1 Tipo de estudio*

#### *Método de investigación Descriptivo*

Atendiendo a la metodología cualitativa, la presente investigación es de tipo descriptivo, Méndez (2003), indica que la investigación descriptiva utiliza criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información. Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

Es por ello que la presente investigación se basa en la investigación descriptiva ya que se hizo uso de herramientas tales como la observación participante y entrevista a profundidad para la recolección de datos, la conceptualización y con ello una serie de variables para realizar respectivamente su codificación y análisis teórico.

#### *Método etnográfico*

El método en el cual se enfoca el proyecto es la etnografía ya que este “desagrega lo cultural en objetos más específicos, tales como la caracterización e interpretación de pautas de socialización, la construcción de valores, el desarrollo y las expresiones de la competencia cultural, el desarrollo y la comprensión de las reglas de interacción, entre otros.” (Sandoval, 2002). Al respecto el método permitió explorar el modo de vida de las jóvenes universitarias,

su comportamiento, conducta dentro de varios establecimientos denominados “Nail Bar” en el norte de la ciudad de Bogotá.

## 6.2 Categorización

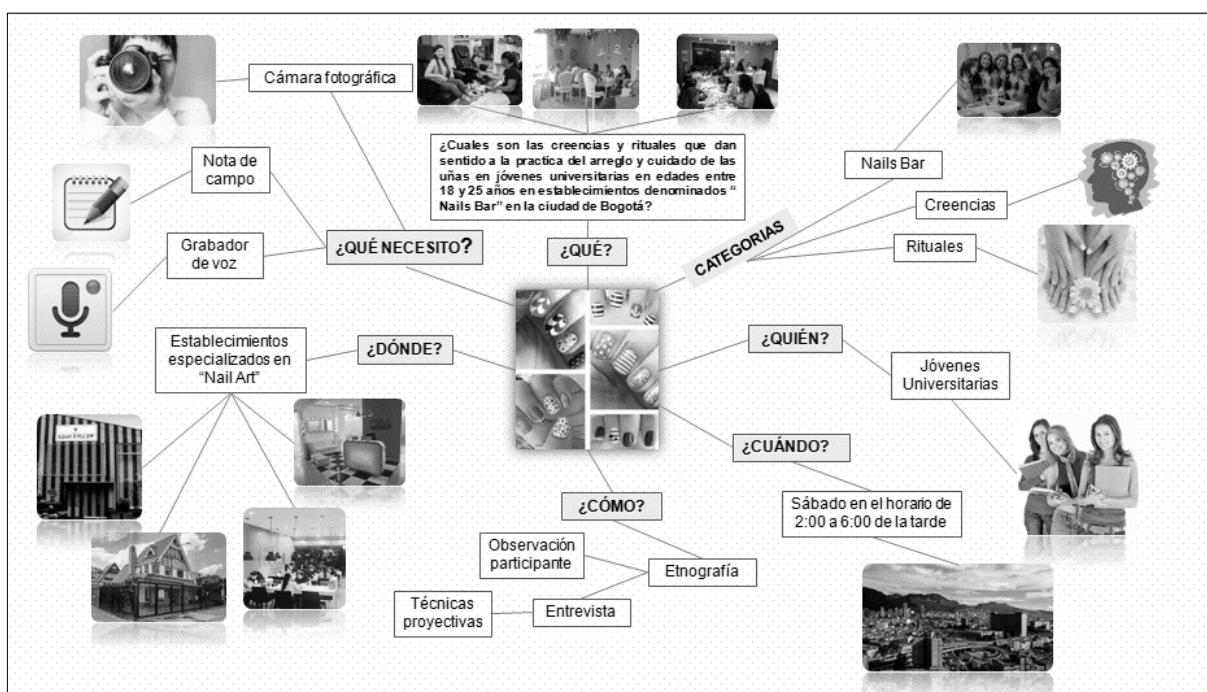
*Tabla 1. Categorización. Fuente elaboración propia*

<b>Categorías orientadoras</b>	<b>Definición</b>	<b>Ejes de indagación</b>
Culto al cuerpo	"El cuerpo es la más irrefutable objetivación del gusto de clase, que se manifiesta de diversas maneras. En primer lugar, en lo que en apariencia parece más natural, esto es, en las dimensiones (volumen, estatura, peso) y en las formas (redondas o cuadradas, rígidas y flexibles, rectas o curvas, etc...) de su conformación visible, pero que se expresa de mil maneras toda una relación con el cuerpo, esto es, toda una manera de tratar al cuerpo, de cuidarlo, de nutrirlo, de mantenerlo, que es reveladora de las disposiciones más profundas del hábitus". (Bourdieu, 1986)	Aspecto Consumo Idealismo Perfección Irrealidad
Significado del consumo estético	"El significado original de la palabra estaba fuertemente enraizado al concepto de la sensibilidad. Sin embargo, y con el transcurso del tiempo, la concepción y significación de la palabra se modificó. Así, durante años el concepto de la estética se relaciona única y exclusivamente a la belleza y al arte, de esta forma se puntualizó a la estética como el tercer elemento de la	Estética Sensibilidad Arte Belleza

	trinca (belleza-arte-estética).” (Flores, Balderrama, Aguilera, 2016)	
Significado de los “Nail Bar”	<p>“Se llaman “<i>Nail Bar</i>” a aquellos centros de estética que trabajan exclusivamente la belleza de tus manos y tus pies, donde trabajan especialistas de estas partes de nuestro cuerpo con tratamientos de lujo.” (Anónimo)</p> <p>“... con un pequeño <i>twist</i>, ya que estos lugares, además de un extenso menú de servicios, ahora también ofrecen bebidas tanto de cafetería como de bar para todas sus clientas ” (Anónimo)</p>	<p>Experiencia,</p> <p>Exclusividad</p> <p>Femineidad,</p> <p>Bebidas</p> <p>Uñas</p> <p>Decorados</p> <p>Esmaltes</p>
Creencias respecto a los “Nail Bar”	Pepitone (1992) “considera a las creencias como conceptos normativos creados y enraizados en los grupos culturales, son estructuras relativamente estables que representan lo que existe para el individuo más allá de la percepción directa (...de) cosas, eventos, personas y procesos” (p.63).	<p>Conceptos</p> <p>Cultura</p> <p>Personas</p> <p>Procesos</p>
Rituales respecto a los “Nail Bar”	“Los rituales han sido definidos como patrones verbales repetitivos e institucionalizados, actualizados originalmente y mayormente para propósitos religiosos, una de cuyas funciones es la regulación de situaciones de paso tales como el nacimiento, el matrimonio, la muerte o la iniciación que ayudan a soportar sentimientos de miedo e inseguridad surgidos de la situación lábil de las fases de paso” (Goffman 1971, Schrader 2003: 98-99).	<p>Procesos</p> <p>Hábitos</p> <p>Patrones</p> <p>Conducta (relaciones sociales)</p> <p>Símbolos</p> <p>Comunicación</p>

### 6.3 Mapeo

Un mapeo es "... poder lograr un acercamiento a la realidad social o cultural objeto de estudio, donde se tengan claramente identificados los actores o participantes, los eventos y situaciones en los que interactúan dichos actores, las variaciones de tiempo y lugar de las acciones que estos desarrollan; en fin, un cuadro completo de los rasgos más relevantes de la situación o fenómeno objeto de análisis." (Sandoval, 1996). Al respecto se relaciona el mapeo que sustentó el trabajo de campo de la presente investigación.



**Figura 1.** Mapeo, *¿Cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en jóvenes universitarias en edades entre 18 y 25 años en establecimientos denominados "Nail Bar" en la ciudad de Bogotá?* Fuente elaboración propia

#### 6.4 Muestreo

Para la selección de la muestra en esta investigación, se utilizó el método de “muestreo intencional o de conveniencia” se seleccionaron individuos a los que se creía tener fácil acceso y que brindaran información veraz y de forma natural.

Para dicho muestreo se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de selección: Mujeres jóvenes universitarias con edades entre 18 y 25 años de edad, interesadas en el arreglo y cuidado de sus uñas y que asistan a los establecimientos denominados “Nail Bar”. Para el desarrollo de esta investigación se contó con la participación de ocho (8) informantes claves con la siguiente descripción. (Ver tabla 2)

**Tabla 2.** Identificación de los participantes. Fuente de elaboración propia

No.	OCUPACIÓN	NIVEL SOCIECONÓMICO	EDAD	ESTUDIOS
1.	Estudiante	4	21 años	Universitario
2.	Estudiante	5	20 años	Universitario
3.	Estudiante	3	20 años	Universitario
4.	Estudiante	4	21 años	Universitario
5.	Estudiante	5	22 años	Universitario
6.	Cocinera y pastelera	4	22 años	Universitario
7.	Estudiante	4	23 años	Universitario
8.	Ejecutiva de cuenta y estudiante	4	24 años	Universitario

Las participantes seleccionadas son informantes claves y protagonistas del objeto principal de estudio, puesto que son mujeres que se interesan por el cuidado y arreglo de sus uñas y han asistido alguna vez a estos establecimientos denominados “*Nail Bar*” y tienen la capacidad de hablar conforme a sus propias experiencias.

## ***6.5 Técnicas de recolección de información***

### ***6.5.1 Observación participante***

Es la técnica de recolección de información en la que el investigador participa en la vida del grupo u organización que estudia, entrando en conversación con sus miembros y estableciendo un estrecho contacto con ellos (Bautista, 2011).

Además se utilizaron notas de campo que tienen que ver con los acontecimientos experimentados mediante la escucha y la observación directa en el entorno. Son una forma de interpretación no interactiva que describe la acción. Se centran en la descripción más que en la interpretación y se deben realizar con la mayor precisión posible. Cada nota viene a representar un suceso o acontecimiento, se aproxima al quién, qué, cuándo y cómo de la acción observada, describiendo entornos, procesos... pudiendo figurar como unidades discretas por sí mismas. (McKerman, 2009).

Se realizaron cuatro (4) observaciones participantes junto con la herramienta nota de campo para la investigación ya que permite relacionarse con el tema e identificar diferentes componentes como la ubicación, ambiente físico, artefactos culturales, personas, grupos

sociales, formas de relacionarse y la situación en la que se encuentran inmersas las personas que asisten a establecimientos denominados “*Nail Bar*”. (Ver apéndice B)

### **6.5.2 Entrevista a profundidad**

Es una técnica muy relevante en la investigación pues permite al investigador la comprensión de experiencias o situaciones que los participantes puedan expresar con sus propias palabras. (Taylor y Bogdan, 1990: 101). Para la recolección de datos se realizaron ocho (8) entrevistas a cada una de las participantes obteniendo información de ideas, opiniones y experiencias que aportan significativamente a los objetivos de la investigación.

Para el desarrollo de dichas entrevistas se estableció un cuestionario de preguntas abiertas el cual estuvo estructurado en tres partes; la primera acerca del conocimiento y/o concepto de los establecimientos denominados “*Nail Bar*”; la segunda corresponde a las creencias en el arreglo y cuidado de las uñas y la tercera se refiere a los rituales sobre esta misma práctica (Ver apéndice A).

## **7. Procedimiento**

a) *Exploración:* Según Galeano (2004) la exploración permite entrar en contacto con el problema, la situación que se investiga. El tema de investigación se escogió debido que el mercado emergente del “*Nail Art*” ha tenido gran auge en la actualidad de lo cual surgieron interrogantes acerca de aspectos culturales, sociales, de salud del arreglo y cuidado de las uñas y así mismo del conocimiento de los establecimientos “*Nail Bar*” para así identificar significados, rituales y creencias de las jóvenes universitarias, con lo cual se realizó el diseño de trabajo de campo recolectando

información secundaria plasmada en la matriz bibliográfica la cual consta de información clave de los aspectos de investigación citando varios autores, por otra parte se enfoca en el método etnográfico para la recolección de la información primaria la cual se obtuvo al realizar ocho entrevistas a profundidad con apoyo del derrotero de preguntas y así mismo cuatro observaciones participantes con su debida nota de campo. Esta información se recolecto de ocho personas del público estudiado y se realizó el trabajo de campo en cuatro establecimientos especializados denominados “*Nail Bar*”, los cuales fueron Retro Nails, Súper Wow, Estilos nails bar café y We Love Nails.

b) *Focalización*: La focalización centra el problema estableciendo relaciones con el contexto. Permite agrupar, clasificar dar cuenta de la trama de nexos y relaciones, concretar aspectos o dimensiones, definir lo relevante o irrelevante (Galeano, 2004).

Se hizo uso de la técnica de entrevista a profundidad con apoyo del derrotero de preguntas el cual se dividió en 3 características: Rituales, creencias y concepto y/o conocimiento acerca de los establecimientos denominados “*Nail Bar*”, realizándose así la entrevista a ocho personas del público estudiado las cuales permitieron ser partícipes de esta. Se buscó el momento adecuado en el cual la persona tuviera la disposición para poder realizar la entrevista y de esta manera obtener la información necesaria para el desarrollo del tema de investigación.

Por otra parte también se hizo uso de la técnica de observación participante con apoyo de la nota de campo la cual constó de asistir a dos establecimiento en horas entre las 2:00pm y 6:00pm del día sábado, en el rol de observador participante y observador con lo cual se intercambiaron los roles en las cuatro visitas realizadas para recolectar información detallada de hechos observados como ubicación (descripción ambiente físico, artefactos de la cultura),

situación: (ambiental social y humano, acciones y hechos relevantes, retrato humano de los participantes), observaciones generales para luego analizar e interpretar.

c) *Profundización*: Pretende reconfigurar el sentido de la acción social, interpretar, desligarse de la experiencia concreta que le dio sentido para construir nuevos conceptos, categorías, y teorías (Galeano, 2004).

La organización de los datos se hizo con apoyo del software atlas ti versión 7.1 para poder orientar la codificación axial abierta y selectiva por medio del análisis de información, obteniendo como resultado redes semánticas que ayudan al análisis e interpretación del tema y aspectos de investigación, con las cuales se realizó un análisis teniendo en cuenta las categorías orientadoras y las citas de las redes semánticas formando así conceptos, después de esto se realizó una discusión en la cual se relacionó lo realizado en el marco teórico con las redes semánticas dando como resultado una opinión personal, así mismo se realizaron conclusiones en las cuales teniendo en cuenta cada uno de los objetivos específicos generando un respuesta a la pregunta y alcance al objetivo.

### ***7.1 Transcripción de los datos***

La transcripción se obtuvo a partir de las entrevistas y las observaciones participantes, se transcribieron textualmente en la herramienta de Microsoft Office Word 2013, los cuales se utilizaron posteriormente para importar dichos documentos hacia las bases de datos de análisis cualitativo Atlas ti, versión 7.

### ***7.2 Consideraciones éticas***

Para proteger la ética de esta investigación cualitativa, la resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud, en el artículo 5, Título II- Capítulo 1 considera que: “*En toda*

*investigación en la que el ser humano sea sujeto de estudio, deberá prevalecer el criterio del respeto a su dignidad y la protección de sus derechos y su bienestar”. Así mismo, en el Capítulo 8 del mismo Título, se establece que “En las investigaciones en seres humanos se protegerá la privacidad del individuo, sujeto de investigación, identificándolo solo cuando los resultados lo requieran y éste lo autorice”.*

En la recolección de los datos, se entregó a los participantes un consentimiento informado, con el fin de asegurar que los individuos participan en la investigación propuesta voluntariamente, siendo compatible con sus valores, intereses y preferencias. Tal y como lo plantea la Resolución 008430 del 93 en el Capítulo II al afirmar:

“En las investigaciones en comunidades, el investigador principal deberá obtener la aprobación de las autoridades de salud y de otras autoridades civiles de la comunidad a estudiar, además de obtener la carta de Consentimiento Informado de los individuos que se incluyan en el estudio, dándoles a conocer la información requerida para la investigación”.

(Ver apéndices F).

## 8. ANÁLISIS DE RESULTADOS

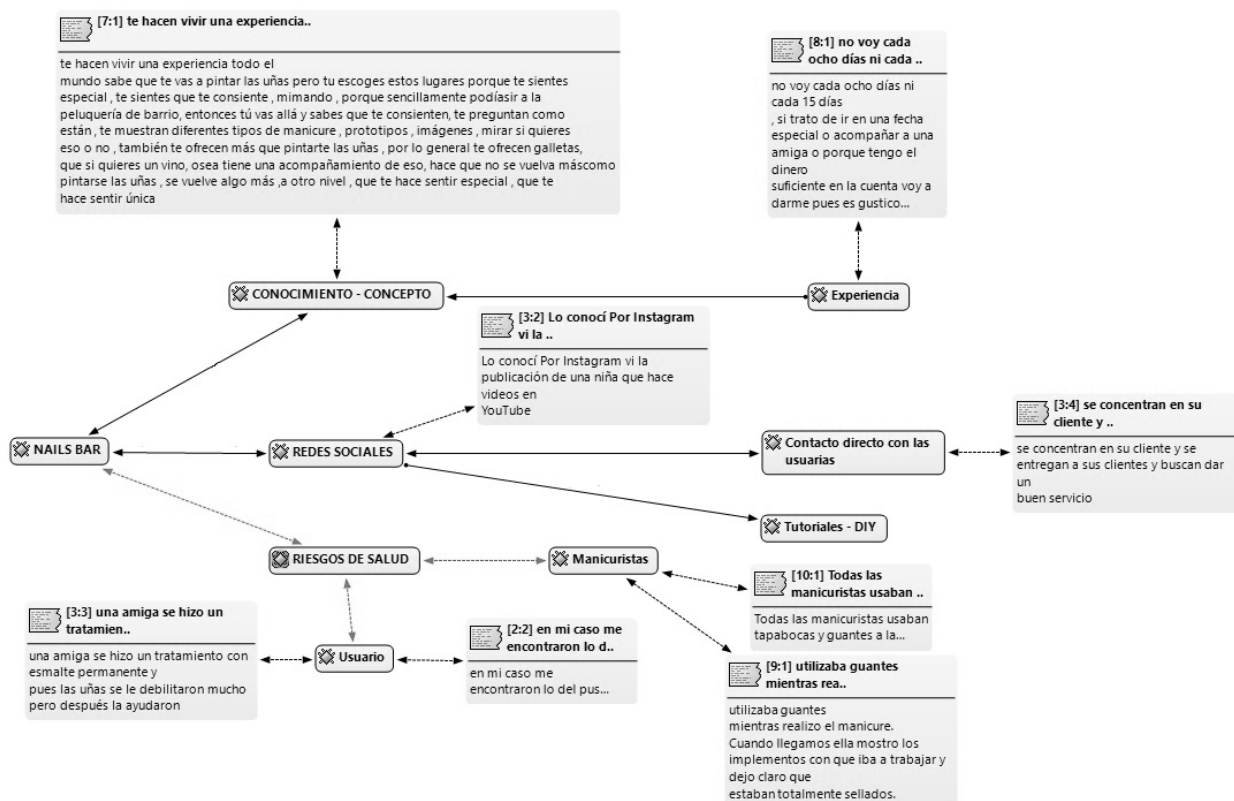
El análisis de los datos se realiza por medio del software Atlas ti, versión 7, a través del cual primero se lleva a cabo la codificación abierta, que es la fragmentación del texto en los códigos, y en segunda medida se realiza la codificación axial, la cual consiste en establecer la relación entre categorías y subcategorías teniendo en cuenta sus propiedades y dimensiones; y finalmente se lleva a cabo la codificación selectiva, donde el investigador llega a un máximo de conceptualización definiendo así una categoría central, o familia, que reúna las demás categorías y subcategorías que surgieron dentro del estudio con el fin de facilitar el análisis e interpretación de la información obtenida.

A partir del abordaje teórico fundamentado en la psicología del consumidor y la sociología del consumo, el análisis que se presentará a continuación explica en primer lugar las narrativas que dan sentido y significado a los “*Nail Bar*”.

### **Significado de los “*Nail Bar*”**

Según lo expresa Camelias (2014) los “*Nail Bar*” son: “centros de estética que se centran y trabajan exclusivamente la belleza de las manos y los pies, donde trabajan especialistas de estas partes de nuestro cuerpo empleando toda clase de tratamientos maravillosos. En ellos se puede encontrar todo un surtido de productos y tratamientos para tener unas manos y pies impecables con su correspondiente manicura y pedicura.” En la figura 2 se identificaron una serie de categorías y subcategorías relacionadas con Conocimiento y/o concepto de los establecimientos denominados “*Nail Bar*”, la experiencia vivida dentro de estos lugares, como dichos establecimientos emplean las redes sociales para estar en contacto con las

usuarias y; los riesgos de salud que se presentan o pueden evitarse cuando una usuaria asiste a un lugar de estos.



**Figura 2.** Conocimiento y concepto de los "Nail Bar". Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas ti, v7

A partir de la red semántica establecida, los “*Nails Bar*” son establecimientos especializados en el servicio del manicure y pedicure, a partir del cual se desprenden tres subcategorías importantes: el conocimiento y/o concepto, las redes sociales y los riesgos de salud que se relacionan con la experiencia, el contacto directo con las usuarias, el trabajo de las manicuristas y la percepción de las usuarias.

Al respecto de lo anterior el concepto o el conocimiento que tienen las participantes de los “*Nail Bar*” es:

*“Te hacen vivir una experiencia todo el mundo sabe que te vas a pintar las uñas pero tu escoges esos lugares porque te sientes especial, te consienten, te miman, porque sencillamente podrias ir a una peluqueria de barrio, entonces tu vas a alla y sabes que te consienten, que te preguntan como estas, te muestran diferentes tipos de manicure, prototipos, imágenes, mirar si quieres eso o no” (CI: 7:1)*

Con base en ello, además de prestar el servicio del arreglo y cuidado de las uñas:

*“Tambien te ofrecen mas que pintarte las uñas, por lo general te ofrecen galletas, que si quieres un vino, osea tiene un acompañamiento, hace que no se vuelva mas como pintarse las uñas, se vuelve algo mas, a otro nivel, que te hace sentir especial, que te hace sentir única” (CI: 7:1)*

A partir de la experiencia que es un aspecto muy importante, que da sentido a los “*Nail Bar*”, se establecen una serie de rutinas y costumbres que definen su significado:

*“No voy cada ocho días ni cada quince, si trato de ir en una fecha especial o acompañar a una amiga o porque tengo el dinero suficiente en la cuenta voy a darme pues ese gustico”.*

*(CI: 8:1)*

Otra de las características de los “Nail Bar” es el canal de comunicación que eligen para llegar a su público objetivo, estos establecimientos hacen uso de las redes sociales como el principal contacto con su público objetivo:

*“Lo conocí por instagram vi la publicación de una niña que hace videos en YouTube” (CI: 3:2)*

Así mismo hacen uso de personas “famosas” que interactúan con el público objetivo a través de las redes sociales para lograr mayor reconocimiento. De esa manera logran tener mayor contacto con las usuarias y mayor proximidad para lograr mejorar el servicio:

*“Se concentran en su cliente y se entregan a sus clientes y buscan dar un buen servicio” (CI: 3:4)*

En lo que respecta a los riesgos de salud al ser un servicio en el cual se utilizan diferentes productos químicos se puede identificar que las manicuristas tienen un protocolo a seguir cuando prestan el servicio:

*“Todas las manicuristas usaban tapabocas y guantes” (CI: 10:1)*

También se puede resaltar:

*“Utilizaban guantes mientras realizó el manicure. Cuando llegamos ella mostró los implementos con que iba a trabajar y dejó claro que estaban totalmente sellados” (CI: 9:1)*

Este protocolo lo que quiere evitar es que las usuarias contraigan algún tipo de infección o daño en las uñas, como lo expresa una de las participantes:

*“Una amiga se hizo un tratamiento con esmalte permanente y pues las uñas se debilitaron mucho pero después la ayudaron” (CI: 3:3)*

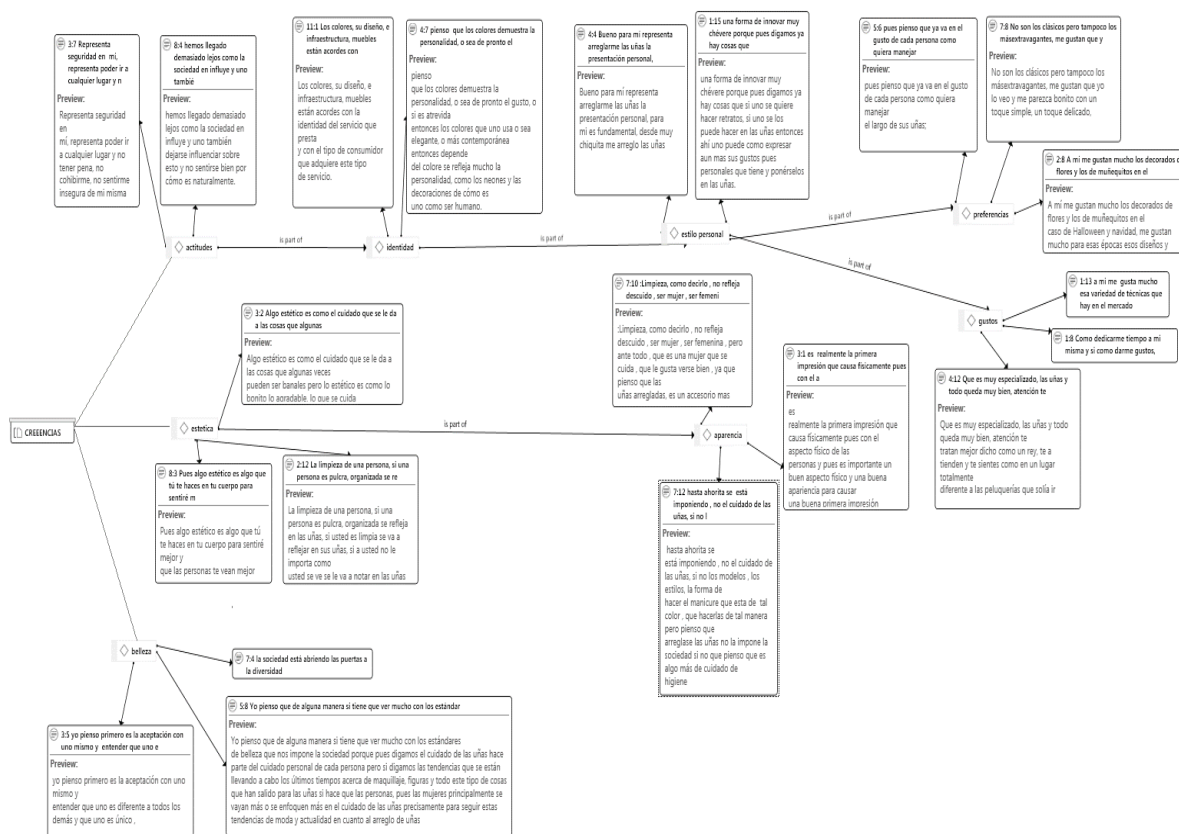
Por otro lado si las usuarias llegan con algún tipo de infección o daño, en muchos casos no prestan el servicio por evitar que este daño se agrande *“En mi caso me encontraron lo del pus en el dedo, y me aconsejaron sobre qué hacer” (CI: 2:2)* O dado el caso si no es tan grave, le aconsejan qué aplicarse para arreglar el problema, como lo expresa una de las participantes.

Los *“Nails Bar”* son establecimientos que se especializan en el servicio de manicure y pedicure por tal razón la experiencia y el concepto que tenga el público objetivo de ellos es de vital importancia ya que es un servicio el cual tiene un precio mayor al de una peluquería de barrio, así mismo como las redes sociales les ayuda a tener mayor contacto con sus usuarias permite tener una retroalimentación más rápida y efectiva de los servicios prestados para de esta manera mejorar el servicio. De la misma manera es importante para ellos evitar cualquier riesgo de salud tanto para las manicuristas y usuarias por tal razón establecen un protocolo de limpieza para la usuaria y de los implementos a utilizar.

### ***Significado de creencias construido frente al cuidado de las uñas de los “Nail Bar”***

De acuerdo con Muñoz (2000) las creencias son: “Un estado mental, dotado de un contenido representacional y, en su caso, semántico o proposicional y, por tanto, susceptible de ser verdadero o falso; y que además, dada su conexión con otros estados mentales y otros de contenidos proposicionales, es causalmente relevante o eficaz respecto de los deseos, las

acciones y otras creencias del sujeto.” En la figura 3 relacionado con el significado de las creencias, se identificaron relaciones entre categorías y subcategorías asociadas con el significado, elección de los colores y decorados de las uñas, así mismo, lo que representa esto y cómo se ve reflejado en la imagen personal.



**Figura 3.** Creencias que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas ti, v7

Las creencias según Jodelet (1990) “Son sistemas de referencia que nos permite interpretar lo que nos sucede e incluso dar sentido a lo inesperado” por tal razón las actitudes, estética y la belleza son aspecto para darle sentido a las creencias. Estos aspectos tienen en cuenta diferentes ítems para darle sentido a estas características las cuales son la identidad, estilo personal, preferencias, gustos y apariencia.

De acuerdo con las jóvenes universitarias estudiadas, el arreglo y el cuidado de las uñas:

*“Representa seguridad en mí, representa poder ir a cualquier lugar y no tener pena, no cohibirme, no sentirme insegura de mi misma” (CI: 3:7).*

Así mismo, los estándares determinados por la sociedad influyen en las creencias asociadas al cuidado de las uñas en los “*Nail Bar*”, al respecto:

*“Hemos llegado demasiado lejos en cómo la sociedad influye y uno también dejarse influenciar sobre esto y no sentirse bien por cómo es naturalmente” (CI: 8:4).*

Por tal razón para las jóvenes participantes es importante la actitud que el arreglo y cuidado de las uñas les hace experimentar y la manera en cómo influye en las creencias respecto al arreglo y cuidado de las uñas referente a los colores, decorados y lo que representa esto para las mujeres, como lo manifiesta una de las jóvenes *participantes*

*“Los colores demuestran la personalidad, o de pronto el gusto, o si es atrevida, entonces los colores refleja mucho la personalidad, como los neones y las decoraciones de como uno es como ser humano” (CI: 4:7)*

Así mismo para los establecimientos que prestan este servicio:

*“los colores, su diseño, muebles están acordes con la identidad del servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este servicio” (CI: 11:1).*

Con relación a lo anterior el estilo personal hace parte de la identidad que en palabras de Laing (1961) “La identidad es el sentido que un individuo da a sus actos, percepciones, motivos e intenciones; es aquello por lo que uno siente que es el mismo, en este lugar y este tiempo; es aquello por lo cual se es identificado” porque le permite a la persona expresarse a través de su cuerpo, lo que él/ella es, como lo manifiesta una de las participantes respecto al arreglo y cuidado de las uñas:

*“Una forma de innovar muy chévere porque pues digamos ya hay cosas que si uno se quiere hacer retratos, se lo puede hacer en las uñas entonces ahí uno puede como expresar aún más sus gustos pues personales que tiene y ponérselos en las uñas” (CI: 1:15)*

También se puede identificar que son costumbres que desde pequeños van adquiriendo y piensa a ser parte de su estilo personal al respecto:

*“Bueno para mí representa arreglarme las uñas la presentación personal, para mí es fundamental, desde muy chiquita me arreglo las uñas”. (CI: 4:4)*

Por consiguiente surgen las preferencias y los gustos, los cuales representan a la persona y también la manera en como las épocas del año influyen en el decorado que la persona elige:

*“A mí me gustan los decorados de flores y los de muñequitos en el caso de Halloween y navidad, me gustan para esa época esos diseños” (CI: 2:8)*

También la preferencia respecto al decorado y diseños de las uñas influye la apariencia, es decir, que al observarlo la persona lo vea lindo:

*“No son los clásicos ni los más extravagantes, me gusta que yo lo veo y me parezca bonito con un toque simple” (CI: 7:8)*

Así mismo: *“Pues pienso que ya va en el gusto de cada persona como quiera manejar el largo de sus uñas” (CI: 5:6).*

Lo anterior relacionado con las creencias que a través de los decorados y diseños en las uñas pueden expresar lo que es la persona reflejar la imagen de lo que es, sus gustos y preferencias.

No solo refleja los gustos y las preferencias de las participantes por el estilo o decorado del manicure, si no de los *“Nail Bar”*, al respecto las jóvenes participantes tienen la concepción de que estos son:

*“Muy especializados, las uñas y todo queda muy bien, la atención te tratan mejor dicho como un rey, te atienden y te sientes como en un lugar totalmente diferente a las peluquerías que solía ir” (CI: 4:12)*

De igual manera la preparación de las personas que realizan el manicure y los diferentes aparatos electrónicos utilizados *“Me gusta mucho esa variedad de técnicas que hay en el mercado” (CI: 1:13)*

Ya que tiene a las usuarias satisfechas por el servicio prestado, como lo expresan: *“como dedicarme tiempo a mí y si como darme gustos” (CI: 1:8).*

Igualmente para la conceptualización de las creencias se encuentra la estética que según Kant es “la predisposición al sentimiento, puesto que incluye la capacidad del sujeto para percibir la belleza” lo cual para las participantes representa:

*“Como el cuidado que se le da a las cosas, algunas veces pueden ser banales pero lo estético es como lo bonito, lo agradable, lo que se cuida” (CI: 3:2)*

Ya expresado específicamente en el cuerpo lo estético se manifiesta *“En algo que tú te haces en tu cuerpo para sentirte mejor y que las personas te vean mejor” (CI: 8:3)* que va muy ligado al arreglo y cuidado de las uñas o también expresado como la limpieza que la persona tiene por su cuerpo y como lo refleja en sus uñas:

*“La limpieza de una persona, si una persona es pulcra, organizada se refleja en las uñas, si usted es limpia se va a reflejar en las uñas, si a usted no le importa como usted se ve se le va a notar en las uñas”. (CI: 2:12)*

Lo anterior va relacionado con la apariencia de la persona y la relación que esto tiene con el arreglo y cuidado de las uñas de tal manera que genere una buena impresión a las demás personas: *“Es realmente la primera impresión que causa físicamente pues con el aspecto físico de las personas y pues es importante un buen aspecto físico y una buena apariencia para causar una buena primera impresión” (CI: 3:1)*

Lo anterior va ligado a lo que manifiesta Argyle (1975) *“La apariencia es manejada y manipulada deliberadamente, algunas personas se preocupan mucho con respecto a esta forma de comunicación, en cambio, otros se cuidan muy poco. Sin embargo, mucha gente, la mayoría quizá, tienen poca idea de lo que están tratando de comunicar”*

Por otra parte las jóvenes participantes consideran que la sociedad sí está influyendo *“Hasta ahorita se está imponiendo, no el cuidado de las uñas, sino los modelos, los estilos, la forma de hacer manicure, que esta de tal color, que hacerlas de tal manera pero pienso que*

*arreglarse las uñas no la impone la sociedad si no que es algo más de cuidado, de higiene”*

*(CI: 7:12)*

También representa ciertas cualidades y como consideran las uñas como un accesorio más de la vestimenta del día a día:

*“Limpieza, como decirlo, no refleja descuido, ser mujer, ser femenina, pero ante todo, que es una mujer que se cuida, que le gusta verse bien, ya que pienso que las uñas arregladas, es un accesorio más”. (CI: 7:10)*

Las creencias también van ligadas con la belleza que según Aristóteles “Es la debida proporción de las partes con el todo. Lo que también puede decirse de otra manera: la unidad en la diversidad” La belleza una relación estrecha con los estándares que la sociedad impone, pero según lo expresado por las participantes:

*“La sociedad está abriendo las puertas a la diversidad” (CI: 7:4)* ya que está siendo más flexibles respecto al estereotipo de “cuerpo perfecto” que comunica a la sociedad y también respecto a la aceptación del cuerpo:

*“Yo pienso que primero es la aceptación con uno mismo y entender que uno es diferente a todos los demás y que uno es único” (CI: 3:5)*

Además de esto, al ser las uñas parte de la imagen se pueden considerar como parte de los estándares de belleza ya que está ligado con el cuidado personal:

*“Yo pienso que de alguna manera sí tiene que ver mucho con los estándares de belleza que nos impone la sociedad porque pues digamos el cuidado de las uñas hace parte del cuidado*

*personal de cada persona” (CI: 5:8) así mismo como los decorados y estilos hacen parte de este concepto de belleza:*

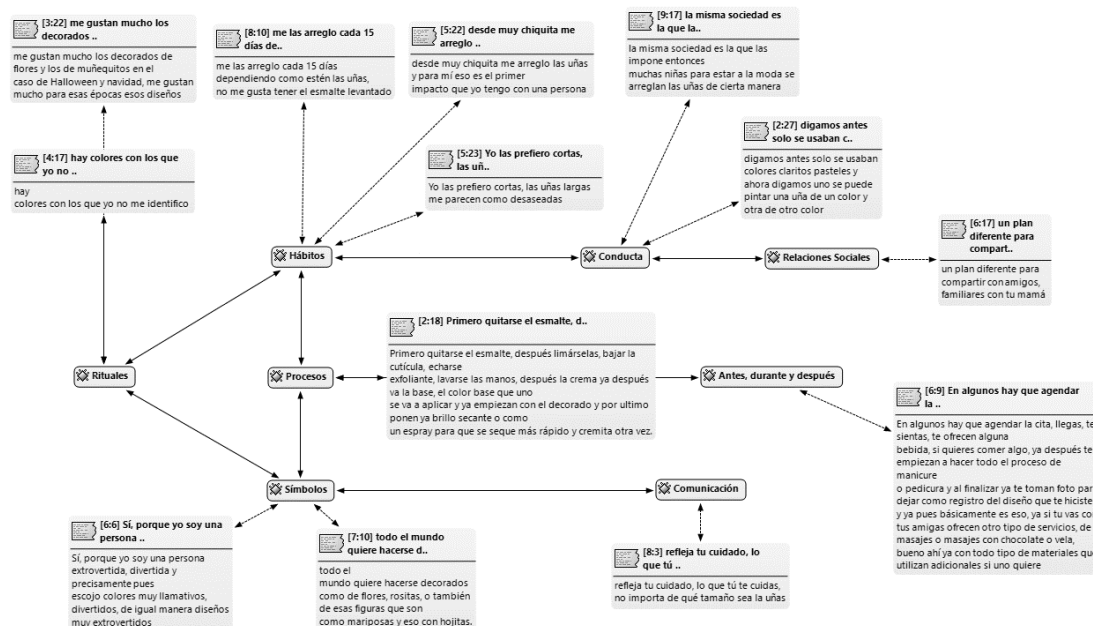
*“Las tendencias que se están llevando a cabo los últimos tiempos acerca de maquillaje, figuras y todo, este tipo de cosas, que han salido para las uñas si hace que las personas, pues las mujeres principalmente se vayan más o se enfoquen más en el cuidado de las uñas precisamente para seguir estas tendencias de moda y actualidad en cuanto al arreglo de las uñas” (CI: 5:8).*

En las creencias se relacionan las actitudes como seguridad en sí misma, representando su identidad a través de las uñas y como su estilo personal influye en la decisión de cual color o decorado escoger reflejando los gustos y preferencias de la persona. Por otra parte la estética de las uñas lo cual representa lo bonito, lo que se cuida igualmente la apariencia como se refleja una buena o mala impresión dependiendo del estado y del cuidado que se le dé a las uñas, y por último como la belleza se ve representada a través de los decorados y el cuidado personal.

### ***Significado ritual construido frente al cuidado de las uñas en los “Nail Bar”***

Según Durkheim (1912) los rituales se definen como “Las representaciones religiosas son representaciones colectivas que expresan realidades colectivas; los ritos son maneras de actuar que no surgen sino en el seno de grupos reunidos, y que están destinados a suscitar, a mantener o rehacer ciertas situaciones mentales de ese grupo”, al respecto se identificaron una serie de categorías y subcategorías relacionadas con los hábitos, conducta, relaciones sociales,

procesos en el arreglo de las uñas, símbolos y comunicación a través de dicho arreglo. (Ver Figura 4)



**Figura 4.** Significado ritual construido frente al cuidado de las uñas en los “Nail Bar”. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas ti, v7.

Los rituales encabezan los hábitos, procesos y símbolos que tienen en cuenta diferentes ítems para darle sentido a estas características, estos son: conducta, relaciones sociales, el antes, durante y después y comunicación que surgen a través del arreglo y cuidado de las uñas. Como se mencionó anteriormente los rituales se caracterizan por “...representaciones colectivas que expresan realidades colectivas; los ritos son maneras de actuar que no surgen sino en el seno de grupos reunidos” (Durkheim, 1912).

De acuerdo con una de las participantes los rituales están asociados con:

*“Decorados de flores y los de muñequitos en el caso de Halloween y navidad, me gustan mucho para esas épocas esos diseños.” (CI 3:22)*

Así mismo: *“Para mi es de gran importancia mantenerlas bien arregladas y digamos que me parece demasiado divertido, yo me considero adicta a tener que comprar cualquier cantidad de esmaltes una gama completa y digamos cada semana hacerme algo diferente en las uñas o ir al salón de belleza que me hagan una figurita o la otra” (CI 9:9)*

Otra participante dijo que tiene el hábito de pintar sus uñas de tal manera:

*“...casi siempre lo hago unicolor pero pues pienso que es por variedad, como por moda.”(CI 4:8)* Dentro de los hábitos las pautas de crianza han sido claves, como lo describe James (1890) están los hábitos que se adquieren a lo largo de la vida, es decir, que son aprendidos., es así como una participante afirma que para ella desde pequeña es de gran importancia el arreglo de las uñas porque:

*“.. Es el primer impacto que yo tengo con una persona” (CI 5:22)*

Otra apreciación dentro de los hábitos, es la frecuencia con la que se arreglan las uñas:

*“Cada 8 días y lo mejor para mantenerlas saludables es el endurecedor de la química alemana que ese las mantiene fuertes, nutridas y les da un brillo muy bonito...” (CI 5:19)*

Y como lo menciona otra participante para el cuidado de las uñas sugiere que es importante tener el hábito de:

*“...la alimentación, también pues uno echarse crema en las manos eso también ayuda digamos hay cremas que tienen como vitamina E, o tratamientos digamos aceite de almendras para que le crezcan a uno las uñas” (CI 2:22)*

En relación a lo anterior, unas participantes prefieren arreglarse las uñas cada 15 días por tales motivos:

*“...para poderlas tener bien, que no te salgan tantos cueritos, si cada 15 días porque si se realiza cada 8 días se maltrata mucho la uña entonces se va desgastando, ya se vuelven débiles entonces preferiblemente 15 días para mantenerlas limpias, saludables y que crezcan bonito.” (CI 6:14)*

La conducta según Wallon (1987) implica que el ser humano se desarrolla según el nivel general del medio al que pertenece, así pues para distintos medios se dan distintos individuos, por tal razón en la actualidad debido a los estándares que impone la sociedad la conducta del arreglo y cuidado de las uñas se encuentra en un cambio ya que:

*“...muchas niñas para estar a la moda se arreglan las uñas de cierta manera” (CI 9:17)*

*“antes solo se usaban colores claritos, pasteles y ahora digamos uno se puede pintar una uña de un color y otra de otro color” (CI 2:27)*

Como lo menciona una participante esto es a causa de:

*“Las tendencias que se están llevando a cabo los últimos tiempos acerca de maquillaje, figuras y todo este tipo de cosas que han salido para las uñas si hace que las personas, pues que las mujeres principalmente se vayan más o se enfoquen más en el cuidado de las uñas precisamente para seguir estas tendencias de moda y actualidad en cuanto al arreglo de uñas.” (CI 6:15)*

El proceso para el arreglo de las uñas estaba muy ligado a los rituales. Cada tipo de ritual señala Turner (1967) “es un proceso pautado en el tiempo, cuyas unidades son objetos simbólicos y aspectos serializados de la conducta simbólica” dicho proceso no se diferencia de otros establecimientos y según lo describe una de las participantes este consiste en:

*“Te aplican quita esmalte, que queden las uñas totalmente limpias, luego te comienzan a limar las uñas y ya después de limadas, claro está en la forma que quieras cuadrada u ovala , modo esmeralda, entonces después de eso te aplican un aceite, luego la sumerges en un envase lleno de agua, es agua tibia o caliente, las mantienes más o menos 3 minutos no me acuerdo exactamente el tiempo, después se sacan la mano te comienzan a quitar los cueritos, te quitan todas las impurezas, después te aplican un exfoliante para quitar todo esto, te las lavan y luego ya te comienzan aplicar una base a las uñas de ajo o endurecedora que es para fortalecerla y ya te aplican el esmalte que tu desees con tu diseño y ya por ultimo brillo y crema.” (CI 8:9)*

Dicho lo anterior está el antes, durante y después del proceso, según lo describe una participante consiste en:

*“... hay que agendar la cita, llegas, te sientas, te ofrecen alguna bebida, si quieres comer algo, ya después te empiezan a hacer todo el proceso de manicure o pedicura y al finalizar ya te toman foto para dejar como registro del diseño que te hiciste y ya pues básicamente es eso, ya si tú vas con tus amigas ofrecen otro tipo de servicios, de masajes o masajes con chocolate o vela, bueno ahí ya con todo tipo de materiales que utilizan adicionales si uno quiere” (CI 6:9).* En resumen, se puede considerar el antes como la reservación de la cita, el durante como el proceso del arreglo de las uñas y los servicios que ofrecen tales como alguna bebida o alimento para acompañar y hacer más agradable el proceso y el después sería el final del arreglo de las uñas en el cual hacen registro fotográfico y se hace entrega del kit con el cual se hizo el arreglo de las uñas.

Respecto a los hábitos y procesos se relacionan los símbolos. Según Turner (1967) un símbolo es una cosa de la que, por general, se piensa de manera naturalmente, por su representación, o recuerda algo, ya sea por asociación de hecho o de pensamiento.

A través del diseño en las uñas se logra simbolizar hechos, pensamientos, etc...

*“Uno puede como expresar aún más sus gustos pues personales que tiene y ponérselos en las uñas.” (CI: 2:15)*

En relación a lo anterior los símbolos reflejados en el decorado de las uñas, permite identificar a las personas:

*“Uno a veces simplemente mirando un decorado un color o una arreglo en las uñas podría percibir algo de cierta persona por ejemplo si usa colores neón o colores fuertes uno podría decir que esa persona es muy extravagante o muy amigable, muy social a diferencia si usa tonos más pasteles o se hace un decorado tipo francés porque uno podría decir que es una persona más precavida más guardada, más sencillita” (CI 4:16)*

Otra afirmación en relación a la narración anterior fue:

*“Yo soy una persona extrovertida, divertida y precisamente pues escojo colores muy llamativos, divertidos, de igual manera diseños muy extrovertidos.” (CI 6:6)*

Según López (2003), los rituales se relacionan con el proceso de comunicación, porque transmiten información significativa para otros. Por consiguiente de tal manera como una persona lleve sus uñas va a comunicar tal cual como es, va a dar de qué hablar y se dará a conocer ante la sociedad así tal cual lo establecieron las participantes:

*“Una persona sin decir una palabra se puede llevar una percepción positiva o negativa de ti, digamos que el cuidado de la uñas es de vital importancia, tus uñas hablan de ti y si tú las mantienes sin cortar, sin limarse o el esmalte a medio caerse digamos que va a generar una impresión demasiado negativa” (CI 9:7)*

## 9. DISCUSIÓN

Los establecimientos denominados “*Nail Bar*” de acuerdo con la estructura se caracterizan por el hecho de que *“te hacen vivir una experiencia todo el mundo sabe que te vas a pintar las uñas pero tu escoges estos lugares porque te sientes especial, sientes que te consiente, te muestran diferentes tipos de manicure, prototipos, imágenes, te ofrecen más que pintarte las uñas, se vuelve algo más, a otro nivel”* (CI: 7:1) y la principal técnica para el arreglo de las uñas es el “*Nail Art*” que según Jeanes y Green (2001) “el esmalte del diseño está sellado entre una capa inferior y una superior de esmalte. Rhinestones, brillo, perlas, papel de aluminio y varias otras sustancias pueden incorporarse en el diseño, por ejemplo diseños de leopardo, de serpiente y efectos de cebra de la piel son muy populares” dicha técnica permite elaborar diferentes diseños con los cuales las personas pueden identificar y expresar sus gustos.

Teniendo en cuenta lo anterior los “*Nail Bar*” ofrecen más que el arreglo de las uñas; se caracteriza por ofrecer una experiencia completa en la cual se diferencie de otros establecimientos del gremio como las peluquerías de barrio ya que ofrece servicios y técnicas innovadoras. “A partir de esta nueva técnica para el diseño en las uñas se han creado maquinas especiales para llevar a cabo un diseño más perfecto sin tantas demoras.” J. Green (2001) por tal razón *“dependiendo la técnica utilizan un pincel o un aparato diferente entonces que es una experiencia buena”* (CI: 8:3) Por medio del diseño y de las tecnologías, la estética se ha introducido en el mundo de la producción y a través de la comercialización y el estilo, la imagen provee un modo de representación ficticia del cuerpo sobre el que tiene base el mercado de consumo.

Dicho lo anterior se establece el consumo según Alonso (2007) como el derroche semiótico, la inversión en imagen, la erotización simbólica, disuelven cada vez más las barreras entre el consumo como actividad económica y como fenómeno cultural, el sistema de marcas se extiende e independiza de sus bases productivas e incluso estrictamente comerciales.

En el siglo XXI la comunicación se facilita a través de las redes sociales, esto para estar en contacto con las usuarias. Una red social se puede definir como Fernández (2008) “Las redes sociales no son sólo un juego para el encuentro inesperado y sorprendente, sino espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad” se demuestra a través de los datos recolectados en las entrevistas a profundidad que han conocido estos establecimientos *“Principalmente por redes sociales, la publicidad que han hecho de estos lugares ha sido pues mucha y ya hoy en día se encuentran en cualquier parte. Instagram, Facebook, twitter principalmente esas tres y sigo cuentas de lugares de este tipo”* (CI: 5:4) se evidencia que la red de la cual hacen mayor uso para establecer el contacto con las usuarias es *“Instagram puesto que yo veía fotos de personas famosas poniendo las uñas las decoraciones, comencé a seguir la cuenta de Instagram”* (CI: 7:2) Featherstone (2000) menciona que existe una cierta manipulación comercial de las imágenes a través de los medios de comunicación y la publicidad, que produce una eterna generación de deseos con sus imágenes. En la sociedad de consumo no solamente hay una circulación material, sino individuos que intentan cambiar el aspecto estético de la realidad.

El hedonismo, que continúa siendo uno de los valores básicos, se expresa de manera más simple que antes: se puede encontrar placer haciendo cosas pequeñas, como leer un libro o contemplar una puesta de sol. Alonso (1998)

Con lo anterior se puede establecer que las redes sociales ayudan a la comunicación entre amigos y no solo esto, también son espacios virtuales que ayudan al desarrollo de proyectos o negocios como es el caso de los “*Nail Bar*”, los cuales utilizan las redes sociales, para tener una interacción constante con las usuarias, donde pueden observar las opiniones de estas y así mismo implementar los cambios necesarios para que el servicio y la experiencia en estos establecimientos sea cada vez mejor, además de estos les ofrecen a las usuarias la posibilidad de ver los diferentes diseños que se realizan en el establecimientos, logrando que estas vean la calidad y el acabado del manicure.

Otro de los aspectos importantes a tener en cuenta de los establecimientos denominados “*Nail Bar*” son los riesgos de salud que se pueden presentar, como lo expresa OSHA (2012): “Algunas sustancias químicas posiblemente peligrosas, se encuentran en los productos y tiene un efecto sobre el cuerpo, que son los siguientes: Acetona (quitaesmalte de uñas): dolores de cabeza, mareos e irritación de los ojos, piel o garganta y el acetato de butilo (esmalte y quitaesmalte de uñas): dolores de cabeza e irritación de los ojos, piel, nariz, boca y garganta”. (p.3). Dicho lo anterior uno de los casos que se presentó por una de las participantes fue que la manicurista cuando estaba haciendo el arreglo de las uñas *“se dio cuenta de que yo tenía un problema en un dedito, en una parte de la uña y era que se me estaba enconando o tenía pus”* (CI: 2:3) es por eso que “Incluso arreglarse las uñas en un salón de belleza implica el riesgo de contraer una infección, si la higiene es deficiente en los instrumentos usados, pues hay probabilidad de contacto con sangre.” (Tovar, 2004) esto conlleva a que las manicuristas

cuenten con un protocolo para el arreglo de las uñas *“utilizaba guantes mientras realizo el manicure. Cuando llegamos ella mostro los implementos con que iba a trabajar y dejo claro que estaban totalmente sellados.”* (CI: 9:1) Por tal razón, es importante que las manicuristas cumplan siempre con este protocolo y que las usuarias así mismo implementen los consejos dados por ellas.

A través del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados *“Nail bar”* surgen las creencias que según Pepitone (1992) *“las considera como “conceptos normativos creados y enraizados en los grupos culturales, son estructuras relativamente estables que representan lo que existe para el individuo más allá de la percepción directa de cosas, eventos, personas y procesos las cuales se define como el firme asentimiento y conformidad con algo.”*

Un factor a tener en cuenta en este aspecto son las actitudes, como expresa San Marti y Tarin (1999) *“son el resultado de una combinación entre la razón, el sentimiento y la voluntad”*. Según las participantes consideran que el arreglo y el cuidado de las uñas les da una actitud de *“... seguridad en mí, representa poder ir a cualquier lugar y no tener pena, no cohibirme, no sentirme insegura de mi misma”* (CI: 3:7) por consiguiente las actitudes hacen parte de lo que es la persona, es decir, la identidad, esta constituye como lo indica (Dossier, 1950) se cuenta con un repertorio de formas de pensar, de sentir y de actuar que, en un momento dado, se puede combinar, este repertorio está en constante recreación, lo que quiere decir que la identidad es constante, está en continuo cambio y que se va adaptando según nuestra edad, experiencias y entorno, esto se evidencia en los colores y diseños para el arreglo de las uñas *“los colores demuestran la personalidad, o de pronto el gusto, o si es atrevida, entonces los colores que uno usa o sea elegante o más contemporáneo se refleja mucho la*

*personalidad, como los neones y las decoraciones de como uno es como ser humano” (CI: 4:7).*

La identidad también se puede relacionar con los establecimientos denominados “*Nail Bar*” ya que son muy peculiares por sus “*colores, su diseño, muebles están acordes con la identidad del servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este servicio*” (CI: 11:1). El valor percibido por el consumidor ha suscitado tal interés entre la comunidad académica y profesional, que ha sido considerado como el motor de la existencia de una organización y del éxito que alcance, afirmándose que obtendrán un desempeño superior aquellas empresas que posean una cultura organizativa basada en el valor para el consumidor (Slater, 1997).

Una de las características que hace parte de la identidad es el estilo personal de cada persona, que se puede reflejar como anteriormente se mencionó en el arreglo de las uñas, demostrándolo a través de los diseños y los colores utilizados para la realización de manicure. La Real Academia Española define estilo como “gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa” también como “modo, manera, forma de comportamiento”, por lo cual a través de las distintas técnicas empleadas por los “*Nail Bar*” las usuarias expresan su estilo personal

*“...digamos ya hay cosas que si uno se quiere hacer retratos, se lo puede hacer en las uñas entonces ahí uno puede como expresar aún más sus gustos pues personales que tiene y ponérselos en las uñas” (CI: 1:15).*

Según Jorge Larrain (1998) la identidad sólo puede construirse en la interacción simbólica con los otros, generando una auto-imagen, que siempre se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros: "estoy influido por la identidad del Otro y mi identidad influye en la suya". En un constante movimiento de ida y vuelta, los otros me definen y yo me defino con

relación a ellos; cabe resaltar que las preferencias y los gustos también hacen parte del estilo personal.

Las preferencias son según la RAE “primacía, ventaja o mayoría que alguien o algo tiene sobre otra cosa, ya sea en valor, ya sea en el crecimiento”, otra definición es “elección de alguien o algo entre varias personas o cosas” las cuales representan a la persona y también la manera en como las épocas del año influyen en el decorado que la persona elige *“a mí me gustan los decorados de flores y los de muñequitos en el caso de Halloween y navidad, me gustan para esa época esos diseños”* (CI: 2:8) también se evidencia por otra parte la preferencia a cómo llevar el largo de las uñas *“Pues pienso que ya va en el gusto de cada persona como quiera manejar el largo de sus uñas”* (CI: 5:6)

Como se mencionó anteriormente dentro del estilo personal se encuentran los gustos que según la RAE el este es “el placer o deleite que se experimenta con algún motivo o se recibe de cualquier cosa” esto se puede ver relacionado a la hora de elegir el lugar y las técnicas para el arreglo y cuidado de las uñas ya sea porque ofrece servicios innovadores *“Me gusta mucho esa variedad de técnicas que hay en el mercado”* (CI: 1:13) o por la percepción que reflejan estos establecimientos *“es muy especializado, las uñas y todo queda muy bien, la atención te tratan mejor dicho como un rey, te atienden y te sientes como en un lugar totalmente diferente a las peluquerías que solía ir”* (CI: 4:12).

Otro de los aspectos a tener en cuenta dentro de las creencias es la estética que según Pedro Aullón de Haro (2012) “habla de lo que es, de lo que ha sido y de lo que pudiera ser, la especulación, pudiéndose situar en el antes o el después del objeto” como lo definieron en la recolección de datos *“es algo que tú te haces en tu cuerpo para sentirte mejor y que las personas te vean mejor”* (CI: 8:3) es por eso que las personas optan por arreglarse las uñas y

mantener un cuidado y una limpieza adecuada constantemente para sí mismos y ante la sociedad.

Lo anterior se complementa con la apariencia, es la imagen que el individuo quiere reflejar ante la sociedad, para entenderlo más fácil se puede relacionar como lo expone el siguiente autor “Con la moda empieza el poder social de los signos infinitos, viéndose presente en la distinción social que da uso a nuevos modelos en peinados, prendas de ropa, accesorios, rompiendo así totalmente con la tradición, dándole un giro total a la historia que hasta ese momento se abría a un nuevo mundo de ideas; con ello también se da paso a la imitación por parte de la burguesía queriendo seguir las tendencias que utilizaba la nobleza, generando así cambios constantes en la moda (...)” ( Lipovestky,1990) y es evidente que en la actualidad a causa de la técnica del “Nail art” muchas mujeres han tenido la opción de elegir diferentes estilos al momento del cuidado y el arreglo de las uñas *“hasta ahorita se está imponiendo, no el cuidado de las uñas, si no los modelos, los estilos, la forma de hacer manicure , que esta de tal color, que hacerlas de tal manera ...”* (CI: 7:12)

Por ultimo en el aspecto de creencias Tovar (2004) afirma: la belleza femenina y la manipulación del cuerpo tiene repercusiones psicológicas, físicas y políticas en la salud personal y pública. Resulta, además, en opresión, control y disminución del empoderamiento, esclavizando a la mujer y encasillando en un rol artificial pero según los resultados de la investigación *“La sociedad está abriendo las puertas a la diversidad”* (CI: 7:4) y que la belleza es *“... la aceptación con uno mismo y entender que uno es diferente a todos los demás y que uno es único”* (CI: 3:5)

Para finalizar con la categoría de los rituales, estos según la teoría de la distinción (Bourdieu, 1998) integra el cuerpo y sus diferentes usos en un esquema explicativo global, donde relaciona, de un modo determinista, las condiciones sociales de existencia, el habitus y las prácticas; “el gusto” y el “estilo de vida”: el habitus es, entonces, un concepto que enlaza al individuo con lo social. El modo en que vivimos en nuestros cuerpos está influenciado por nuestra postura social en el mundo y por nuestra clase social. Todas tenemos nuestro propio habitus, sus propias disposiciones que son adquiridas mediante la educación, tanto formal como informal, a través de la familia, la escolarización, entre otras.

Dentro de esta categoría se crean hábitos que desde la infancia se han inculcado y desde entonces se han venido realizando; hábitos según Mejía y Arboleda (2004) “se entiende por habito aquello que una persona hace de forma constante, y la relación con el consumo se determina a partir de aquello que acostumbra a adquirir y consumir”; en relación a la investigación las mujeres tienen el hábito de arreglarse las uñas cada 8 o cada 15 días dependiendo del estado en que las tengan *“Yo me las arreglo cada 15 días y por ejemplo si a los 8 días ya se ha caído el esmalte me lo quito, me pongo base, esmalte en un tono normal y ya a los 8 días voy y me las arreglo total.”* (CI: 6:16) y también hacen uso de productos para el cuidado de las manos y el crecimiento de las uñas *“...echarse crema en las manos eso también ayuda digamos hay cremas que tienen como vitamina E, o tratamientos digamos aceite de almendras para que le crezcan a uno las uñas.”* (CI: 2:22)

También surge una conducta por parte de las usuarias en los establecimientos denominados *“Nail Bar”* para el arreglo de las uñas, según Skinner (1938) "por conducta entiendo simplemente el movimiento de un organismo o sus partes dentro de un marco de referencia

suministrado por el mismo organismo o por varios objetos externos o campos de fuerza. Es conveniente hablar de ella como de la acción del organismo sobre el mundo exterior, y a veces es deseable observar un efecto en lugar del mismo movimiento "al respecto la conducta de las personas se ve muy influenciada por la sociedad *“muchas niñas para estar a la moda se arreglan las uñas de cierta manera”* (CI: 9:17) y las tendencias que se imponen *“digamos las tendencias que se están llevando a cabo los últimos tiempos acerca de maquillaje, figuras y todo este tipo de cosas que han salido para las uñas si hace que las personas, pues las mujeres principalmente se vayan más o se enfoquen más en el cuidado de las uñas precisamente para seguir estas tendencias de moda y actualidad en cuanto al arreglo de uñas”* (CI: 6:15). El cuerpo es un “signo”, es un “mensaje” que habla de su propietario. Ya no es importante ser feliz y encontrarse bien consigo mismo, sino la proyección que tienen los demás sobre uno mismo; en el mundo social existe un orden moral que impone en los individuos formas correctas e incorrectas de presentarse y vestirse (Merleau, 1945).

Como se mencionó anteriormente, las tendencias hacen que se construyan las relaciones sociales y los establecimientos *“Nail Bar”* permiten que las relaciones se fortalezcan y el arreglo y cuidado de las uñas sea parte importante de las personas por que es *“un plan diferente para compartir con amigos, familiares con tu mamá...”* (CI: 6:17) ya que allí se pueden *“Realizar otro tipo de actividades mientras te van decorando las uñas, no sé hablar con tus amigas, tomar algo, escuchar música, distraerse mientras están en el proceso de la decoración de las uñas.”* (CI: 6:8) tal como lo afirma Moulian (2001) *“A través de los ritos se reproducen, se renuevan las representaciones colectivas, se socializan las emociones y las actitudes, se refuerzan las relaciones, los valores sociales, se regulan las necesidades humanas y las constricciones medioambientales.”*

El proceso de los establecimientos “*Nail Bar*” no se diferencia en gran parte con otros establecimientos, dicho proceso consiste en “*Primero quitarse el esmalte, después limárselas, bajar la cutícula, echarse exfoliante, lavarse las manos, después la crema ya después va la base, el color base que uno se va a aplicar y ya empiezan con el decorado y por ultimo ponen ya brillo secante o como un spray para que se seque más rápido y cremita otra vez.*” (CI: 2:18), este proceso del arreglo de las uñas si requiere más tiempo en comparación de otros establecimientos como las peluquerías, además todo ocurre con un antes, durante y después; el antes consiste en la reservación que por lo general en estos lugares siempre debe hacerse, el durante que ya es el proceso y los momentos de verdad, y el después es ya el final del proceso y por ejemplo en unos lugares hacen registro fotográfico para subirlo a las redes sociales y a las usuarias les piden los datos para poder fidelizarlas, según la experiencia de una de las participantes es “*en algunos hay que agendar la cita, llegas, te sientas, te ofrecen alguna bebida, si quieres comer algo, ya después te empiezan a hacer todo el proceso de manicure o pedicura y al finalizar ya te toman foto para dejar como registro del diseño que te hiciste y ya pues básicamente es eso, ya si tú vas con tus amigas ofrecen otro tipo de servicios, de masajes o masajes con chocolate o vela...*” (CI: 6:9)

Hoy en día las personas consideran los diseños y colores como símbolos, según la Real Academia Española (2016) Símbolo es un “Elemento u objeto material que, por convención o asociación, se considerarepresentativo de una entidad, de una idea, de una cierta condición.” A través de los diseños se puede representar la personalidad, los gustos de las persona “*uno puede como expresar aún más sus gustos pues personales que tiene y ponérselos en las uñas.*” (CI: 2:15) además se escogen ciertos colores por los gustos, por las preferencias, el significado que este representa para las

personas ya sea un color claro u oscuro *“yo soy una persona extrovertida, divertida y precisamente pues escojo colores muy llamativos, divertidos, de igual manera diseños muy extrovertidos”* (CI: 6:6), El problema de la comunicación en Psicología (Lomonosov, 2015, p. 89) señala que “comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupar”. Entonces se logra comunicar ante la sociedad como se dijo anteriormente la personalidad y sus gustos *“uno a veces simplemente mirando un decorado un color o una arreglo en las uñas podría percibir algo de cierta persona por ejemplo si usa colores neón o colores fuertes uno podría decir que esa persona es muy extravagante o muy amigable, muy social a diferencia si usa tonos más pasteles o se hace un decorado tipo francés porque uno podría decir que es una persona más precavida más guardada, mas sencillita”* (CI: 4:16) A través del cuerpo hablan (y como tal pueden ser “leídas”) las condiciones de trabajo, los hábitos de consumo, la clase social, el habitus, la cultura (Bourdieu, 1986)

## 10. CONCLUSIONES

Los conocimientos que se reconocieron en las jóvenes universitarias acerca de los establecimientos denominados “*Nail Bar*” están asociadas con la diferencia de servicio entre una peluquería normal a un establecimientos de este tipo y están dispuestas a pagar el precio, así sea mayor, ya que obtienen un buen resultado, que más que un buen resultado es la experiencia que viven en estos establecimientos, desde la decoración, las personas, el establecimiento, servicio y las diferentes técnicas usadas.

Las redes sociales juegan un papel importante en el conocimiento y las prácticas de consumo de los “*Nail Bar*” porque es el canal principal de comunicación con las usuarias y posibles usuarias, ya que es donde dan a conocer sus servicios y así mismo sus resultados, además de esto forma una relación con los seguidores de sus redes sociales ya que les dan consejos y formas de mejorar cada día.

Por otro lado respecto a los riesgos de salud estos establecimientos contratan personal capacitado que sepa llevar a cabo el protocolo correspondiente en cada proceso y situación que se le presente, que se distingue mucho de las peluquerías de barrio, ya que en estos lugares no es primordial este aspecto.

Además, las creencias construidas frente al arreglo y cuidado de las uñas se establecen a partir de que representa seguridad en sí mismas, una buena impresión; que el tipo de colores y diseños que las personas eligen en el momento del manicure hace parte de la identidad de las personas y como se ve reflejado el estilo personal en los diseños de tal manera que se interrelacionan con los “*Nail Bar*” porque el hecho de ir a estos lugares, consentirse y sentir

que se dio un tiempo para ella misma, se refleja en estos aspectos porque siente que puede ser sí misma mostrando su estilo personal en la elección de los colores y decorados, reflejando la apariencia y belleza que quiere que la sociedad vea, así mismo sintiéndose como la persona más confiada, organizada y cuidadosa, ya que se preocupa por su limpieza personal y esto lo refleja en el cuidado y arreglo de las uñas en este tipo de establecimientos.

También, los rituales encontrados que le dan sentido al arreglo y cuidado de las uñas son que este procedimiento lo llevan haciendo desde la infancia ya que personas influyentes realizaban este proceso regularmente, en relación con lo anterior se establecieron los pasos a seguir en general que empieza con la limpieza del esmalte, limpiar impurezas, limar, pulir y aplicar el esmalte y realizar el diseño dado el caso. Así mismo la frecuencia de realizarse este procedimiento dependiendo del estado de las uñas entre 8 a 15 días convirtiendo esto en un hábito. Las jóvenes participantes prefieren los “*Nail Bar*” ya que simboliza status, de poder ir a un lugar en donde te atiendan bien, donde complacen los deseos y gustos porque son lugares que les brinda una experiencia única la cual pueden compartir con sus pares; en el proceso del arreglo de las uñas ellas pueden escoger varias opciones como alguna bebida o alimento para hacer más amena la estancia.

## 11. REFERENCIAS

Aguirre, E. Socialización y prácticas de crianza.

Alonso, L. (2007). *Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada*. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones publicitarias, vol.I, n.2, 13-32.

Álvarez, A. (2012). *Víctor Turner: ritual y proceso social*. De Blogger Sitio web: <http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.com.co/2012/04/victor-turner-ritual-y-proceso-social.html>

Anon, (2017). *Creencia, actitud y conocimiento*. Recuperado de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/7329/Capitulo1.pdf>

Anónimo. (2008). *Los españoles gastan un 70% más en estética que hace 5 años*. De Futurpress Sitio web: [http://www.futurpress.com/articulo\\_item.php?numero=10117](http://www.futurpress.com/articulo_item.php?numero=10117)

Anónimo. 2010. *Ideas y Creencias*. En Biblioteca Virtual OMEGALFA

Anónimo. *Creencia, actitud y conocimiento* Sitio Web: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/7329/Capitulo1.pdf>

Arango Gaviria, L. G., Bello Ramírez J. A, y Ramírez S. A. (2013). *Genero belleza y apariencia: la clientela de peluquerías en Bogotá*

Arango, C. (2012). El manicure y la pedicura [Mensaje en un blog]. Recuperado De <http://unas-1.blogspot.com.co/2012/06/el-manicure-y-elpedicure.html>

Arango, L. & Pineda, J. (24 /10 /12). *Género, trabajo y desigualdades sociales en peluquerías y salones de belleza de Bogotá*. Revista CS en Ciencias Sociales.

Asociación de estudios psicológicos y sociales de Castilla-La Mancha en colaboración con el centro de estudios sobre consumo de la universidad de Castilla-La Mancha y la dirección general de consumo de la junta de castilla-la mancha. *Estética corporal, imagen y consumo en Castilla- La Mancha*. 2016, de Asociación de estudios Psicológicos y Sociales (Castilla-La Mancha) Sitio web: <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/22/2011/22-2011-1.pdf>

Balderrama, C O; Aguilera, G; Flores, J d J; (2016). *El entorno cotidiano, la estética kitsch y su relación con los diseños. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 25() 98-120. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85943066004>

Bonilla – Castro, Elssy. Rodríguez Sehk, Penélope. Más allá de los métodos. La Investigación en ciencias sociales. Editorial Norma. Colombia. 1997.

Castro, A. (1998). *Culto al cuerpo, modernidad y medios de comunicación*. De efdeportes.com Sitio web: <http://www.efdeportes.com/efd9/anae.htm>

De la Hoz, S. (2014). *La cultura del DIY es algo más que el Craft*. De El Invernadero Creativo Sitio web: <http://www.elinvernaderocreativo.com/la-cultura-del-diy-es-algo-mas-que-el-craft/>

Euromonitor. (2016). *Belleza y Cuidado Personal en Colombia*. De Passport Euromonitor International Base de datos.

Euromonitor. (2016). *Cosméticos de color en Colombia*. De Passport Euromonitor International Base de datos.

Gonzales, I. *Concepto de belleza*. 2017, de La página de los jueves Sitio web: <http://bitacoramedica.com/wp-content/uploads/2011/09/Concepto-de-belleza.pdf>

Huber Rosana, *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Norma editores, Bogotá, 2001.

Página 57.

Italie L. (2014). *Deja que tus uñas hacer hablar con el arte de uñas creativo*. Recuperado de:

<http://web.a.ebscohost.com/bdatos.usantotomas.edu.co:2048/ehost/detail/detail?sid=89a1058f-2422-4266-ab86-1b5802fdb3b2%40sessionm>

Latour, B. (2005). *Re ensamblar lo social: una introducción a la teoría del Actor-Red*. Oxford: Oxford University Press.

Lipovetsky G. (1990). *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*: anagrama.

Lipovetsky, G... (1987). *El imperio de lo efímero La moda y su destino en las sociedades modernas*. Paris: Editorial Anagrama Barcelona.

Manuelgross.bligoo.com. (2017). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Recuperado de: <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptivaexploratoria-y-explicativa>. (2013). *Bienestar e imagen personal Informe sectorial*

Martínez, A. (2004). *La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas*. De Universidad de A Coruña. Departamento de Sociología y Ciencia Política y de la Administración Sitio web: <file:///D:/Users/HP-ADMIN/Downloads/25787-25711-1-PB.pdf>

Martínez, Luis. (2007). *La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación*. Recuperado

de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401121/diario\\_de\\_campo.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401121/diario_de_campo.pdf)

- Osha (2012). *Proteja su salud y seguridad al prestar servicios de manicura y pedicura. Guía para manicuristas y pedicuristas.*
- Peris, R, Agut, S. (2007). *Evolución conceptual de la Identidad social. El retorno de los procesos emocionales.* Revista Electrónica de Motivación y Emoción.
- Ravettino, A. (2008). *El estilo de vida light. Hábitos y patrones de consumo.* Revista Científica de UCES, Vol. XII N° 1.
- Roig A. (1996) *El maquillaje. La cosmética de color o decorativa.* Farmacia Profesional.
- Sandoval Casilimas, C. A., (2002) *Investigación cualitativa*
- Sandoval, C (2002). *Investigación cualitativa. Enfoques y modalidades de la investigación cualitativa.* Arfo impresiones y ediciones.
- Tovar. (2004). *El cuerpo subordinado y politizado: Reflexión crítica sobre género y Antropología médica.* *Revista Colombiana de Antropología, Volumen (40), 253-282.*

## APÉNDICES

### APÉNDICE A

#### PROTOCOLO DE PREGUNTAS ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Buenas tardes. Somos estudiantes de la Universidad Santo Tomas de la Facultad de Mercadeo y nos encontramos realizando un proyecto de investigación el cual se trata de las creencias y rituales en jóvenes universitarias para el arreglo de las uñas en establecimientos especializados “*Nail Bar*” de la cual consta de una entrevista y quisiéramos saber si nos permite realizarla solo si usted está dispuesta, haciéndole saber que la información que nos proporciona es netamente para uso académico.

CATEGORÍA	PREGUNTAS
<b>CONSUMO ESTÉTICO</b>	1. ¿Qué piensa acerca de la forma en como las personas cuidan su cuerpo?  2. ¿Qué representa algo estético para usted?  3. ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?

<b>CREENCIAS</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Qué opinión le merece el refrán: “dime que uñas tienes y te diré quién eres”</li><li>2. ¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?</li><li>3. ¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas? ( significado de los mismos)</li><li>4. ¿Qué decorados son los más llamativos? (significado de los decorados)</li><li>5. ¿Qué aspectos de los decorados y de los colores que se manejan definen su personalidad?</li><li>6. ¿Que representa para usted tener las uñas cortas o largas?</li><li>7. ¿Qué imagen de persona se refleja a través de la forma y el cuidado de las uñas?</li></ol>
------------------	--

<p><b>RITUALES</b></p>	<p>1. ¿Cómo es un día en el Nail Bar?</p> <p>1. ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?</p> <p>2. ¿Qué es lo que más le gusta de todo ese procedimiento?</p> <p>3. ¿Con qué frecuencia se arregla las uñas?</p> <p>4. ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?</p> <p>5. ¿Con quién normalmente acude al Nail Bar? ¿Cómo es la experiencia?</p> <p>6. ¿Cómo ha sido su experiencia con el servicio de manicuristas?</p>
<p><b>“NAILS BAR”</b></p>	<p>1. ¿Qué opinión le merece la forma en cómo se arreglan y decoran las uñas hoy en día?</p> <p>2. ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail Bar?</p> <p>3. Coménteme acerca de experiencias negativas que ha tenido (riesgos, accidentes, servicio)</p> <p>4. ¿Cómo fue que usted llegó a conocer un Nail Bar?</p> <p>5. ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención en los Nail Bar que ha conocido?</p> <p>6. ¿Cómo ha sido la experiencia con los aparatos tecnológicos con los que hoy decoran las uñas? (diseños, procedimientos)</p> <p>7. ¿Qué es lo que más le llamó la atención del Nail Bar?</p>

<b>CIERRE</b>	1. ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?
---------------	---

## APÉNDICE B

### OBSERVACION PARTICIPANTE

#### NOTA DE CAMPO

**Observador:** Luisa Escobar Osma, Deinna Muete Contreras

**Lugar:** Retro Mails

**Fecha de observación:** Mayo 7 de 2016 **Hora:** de 4:40 a 6:30pm


**Fecha de transcripción:** Mayo 7 de 2016 **Hora:** de 6:40 a 7:15pm

Hechos observados	Análisis e interpretación
<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Retro mails beat bar se encuentra en la Kr 15 #146-60 tiene ambientación de los años 80, sus colores corporativos son el azul pastel y el rosado pastel, cada aérea tenía un lugar establecido y estaban divididos por vidrio se encontraba la zona de manicure, pedicura, spa y la cafetería (bar), en la zona asignada para el manicure se encontraba 4 mesas las cuales eran blancas y con sillas altas de</p>	<p>Los colores, su diseño, e infraestructura, muebles están acordes con la identidad del servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este tipo de servicio.</p>

color negro y acolchadas, cada una de las mesas tenía su lavamanos, tenían cuadros y música que evocaban la época de los 80's, en la pared del fondo tenía la marca del establecimiento, afuera tenían una pared la cual tenía los esmaltes de marca internacional y dentro de la zona establecida para el manicure estaban los esmaltes de marca nacional, tenían un mueble en el cual estaba un tratamiento internacional (suizo) para las uñas el cual ellos ofrecen.

Todas las empleadas tenían el uniforme acorde a los colores corporativos y al ambiente del lugar, este era un vestido o pantalón y las encargadas del establecimiento usan ropa de diario.



	
<p><b>Situación:</b></p> <p>La joven que nos atendió se llama Angélica, tenía el cabello rojo, piel blanca, usa gafas, es alegre, atenta y amable; el uniforme que tenía era el vestido y tenían un botón el cual tenía el logo de la marca y el nombre de cada una, utilizaba guantes mientras realizo el manicure. Cuando llegamos ella mostro los implementos con que iba a trabajar y dejo claro que estaban totalmente sellados. Para que las usuarias elijan el diseño les muestran una Tablet de la empresa o el celular con fotos de diseños en uñas para que elijan. En un momento cuando ya estaba terminado el manicure una de las jefas se acercó a revisar el trabajo que había realizado Angélica por lo que llevan 2 meses trabajando ahí. Las otras manicuristas que estaban atendiendo a</p>	<p>Se evidencia el consumo ostentoso en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan demostrar que se tiene suficiente dinero para comprar cosas caras, no importando la utilidad que tenga lo que se compra, la necesidad que se pretende cubrir e incluso el buen gusto, pues lo que realmente interesa es diferenciarse de los que no pueden comprar esos objetos. Solamente se compra por hacerse notar y distinguirse de los demás.</p> <p>También se evidencia un consumo hedónico en las personas que</p>

<p>otras personas hablaban muy bien con las clientas y parecía como si fueran amigas, al igual como lo hizo Angélica con nosotras.</p> <p>Mientras Angélica estaba realizando el manicure no pudo abrir un producto con la mano entonces decidió abrirlo con la boca la compañera de ella la miro como que eso no se hace, después Angélica salió y fue abrirlo a otra parte.</p> <p>Ella nos dijo que el lugar esta desde el año pasado pero tuvieron que cerrarlo por motivos de remodelación y su apertura fue hace dos meses, las manicuristas que trabajaban antes se fueron por la espera de la apertura, además dijo que para el relanzamiento iban a traer artistas.</p> <p>Angélica se encuentra estudiando por la mañana y trabaja en la noche, ellas ya ha trabajado antes en realizar el arreglo de las uñas, pero nunca ha estudiado eso. Retro mails capacita a todas las manicuristas y las tiene al tanto de las nuevas tendencias.</p> <p>Al terminar con el arreglo de las uñas en la caja se encuentra una de las encargadas del lugar y me pregunta por la experiencia y algunos datos; luego,</p>	<p>asisten a este establecimiento ya que buscan un servicio que le provoque sensaciones de placer y que hace que el consumidor se sienta satisfecho y auto realizado con la compra.</p> <p>Además, las manicuristas tienen un protocolo para la realización del manicure prestando así un buen servicio.</p> <p>El personal pide los datos a los clientes para crear una base de datos.</p>
--	---

sale la otra encargada y me pide que le deje ver las uñas.



### Reflexiones

Preguntas: ¿?

¿Hace cuánto trabajas acá?

¿Te va bien en este lugar?

¿Dónde estudias?

¿Qué edad tienes?

¿Hace cuánto arreglas las uñas?

¿Cómo hiciste para trabajar en Retro mails sin haber hecho un curso de esto?

¿Qué son los productos que están en el mueble?

¿Te gusta que las jefas estén revisando el trabajo?

¿Cómo es el trato de los dueños con las manicuristas?

¿Cuántos dueños hay?

¿Los dueños siempre permanecen en el lugar?

¿Qué día es en el que más gente va al lugar?

¿Cómo es el horario de trabajo?

¿Las obligan a usar guantes?

**Aportes a la construcción teórica:**

Tienen protocolos para el arreglo de las uñas, enseñan los productos con los que se va a realizar el arreglo de las uñas, enseñan y explican lo de la carta del lugar,

Muestran cuales esmaltes son nacionales e internacionales y de acuerdo a esto varia su precio también para el diseño.

Hay tratamientos y productos específicos para las uñas.

**Observaciones generales:**

Las personas que asisten frecuentemente a este lugar tienen un consumo hedónico y ostentoso.

Las manicuristas deben tener un protocolo para la realización del arreglo de las uñas.

Los dueños capacitan a las colaboradoras y las tienen al tanto de las nuevas tendencias.

Este establecimiento tiene todos los elementos para que el cliente se sienta satisfecho, permitiendo prestar un excelente servicio.

La identidad de marca está muy presente en todo el establecimiento, utilizando siempre los colores, diseños que lo distinguen.

## OBSERVACION PARTICIPANTE

### NOTA DE CAMPO

**Observador:** Luisa Escobar Osma, Deinna Muete Contreras

**Lugar:** Súper Wow Nails Experience

**Fecha de observación:** Mayo 7 de 2016 **Hora:** de 2:10 a 3:30pm

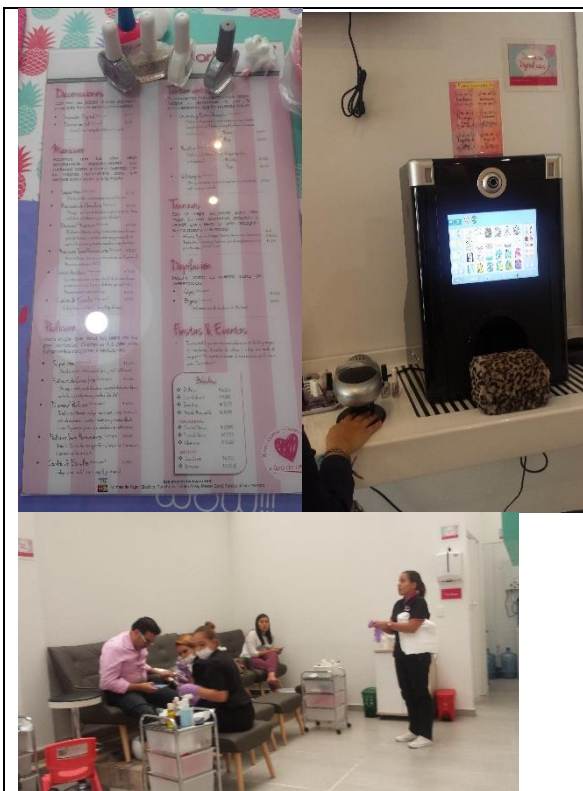
**Fecha de transcripción:** Mayo 7 de 2016 **Hora:** de 7:15 a 7:40pm

Hechos observados	Análisis e interpretación
<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Súper wow está ubicado en la Cr 13 # 79-20 en un sector de nivel socioeconómico alto. El establecimiento es muy llamativo desde afuera y por dentro, los colores corporativos son rosado y plateado, hay 4 mesas largas en las cuales había posibilidades de trabajar 4 manicuristas por mesa, en estas se encontraban frases, la marca del establecimiento y sus redes sociales, las sillas eran negras y acolchadas, encima de cada manicuristas se encontraba una lámpara para iluminar la mesa y junto a ella cada una tenía sus elementos de trabajo, el establecimiento cuenta con un baño y una lavamanos, al lado del baño se encuentra la caja</p>	<p>Los colores, su diseño, e infraestructura, muebles están acordes con la identidad del servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este tipo de servicio.</p>

donde se encuentran la tarjeta de presentación del establecimiento, en la pared están los servicios que ofrecen junto con los precios y variedad de dulces para la venta, hay dos máquinas para imprimir los diseños y alrededor de estas máquinas los elementos necesarios para su impresión. Mas al fondo se encontraba un sofá que era como una sala de espera y al lado la zona de pedicura estas eran (3) sillas. En la pared de entrada al establecimiento se encontraban exhibidos esmaltes de la marca súper wow, los cuales estaban a la venta.

Hay una señorita que ofrece la carta por si se desea beber algo como, gaseosa, te, cocteles con o sin licor, entre otros.





### Situación:

La señora que nos prestó el servicio tenía el uniforme de trabajo el cual todas las colaboradoras lo estaban usando, este era negro y con líneas en las mangas y cuello rosadas, y en la parte de atrás tenían un bordado el cual decía “I am súper wow”, además tenían un botón que las identificaba con el nombre. La persona que nos entendió era venezolana, de cabello negro, piel morena, atenta, amable, y lleva trabajando en este lugar 2 meses, ella al final de prestar el servicio tomó los datos en una hoja para pasarlas después a la dueña. Todas las

Se evidencia el consumo ostentoso en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan demostrar que se tiene suficiente dinero para comprar cosas caras, no importando la utilidad que tenga lo que se compra, la necesidad que se pretende cubrir e incluso el buen gusto, pues lo que realmente interesa es

manicuristas usaban tapabocas y guantes a la hora del arreglo de las uñas.

Las manicuristas recibieron capacitación para la utilización de las maquinas.

La dueña de súper wow estuvo todo el tiempo que estuvimos en el establecimiento, además se acercó y fue muy amable.

La mayor afluencia de personas ocurre en horas de la tarde y el día en el que más personas van es el sábado.



diferenciarse de los que no pueden comprar esos objetos. Solamente se compra por hacerse notar y distinguirse de los demás.

También se evidencia un consumo hedónico en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan un servicio que le provoque sensaciones de placer y que hace que el consumidor se sienta satisfecho y auto realizado con la compra.

Además, las manicuristas tienen un protocolo para la realización del manicure prestando así un buen servicio.

El personal pide los datos a los clientes para crear una base de datos.

**Reflexiones**

**Preguntas:**

¿Hace cuánto están ubicados aquí?

¿Recibiste capacitación para aprender a manejar la maquina?

¿De dónde eres?

¿Hace cuánto trabajas en súper wow?

¿Han tenido problemas con las maquinas?, ¿Qué hacen en el caso de ser afirmativo?

¿Qué día es en el que va más gente?

#### **Aportes a la construcción teórica:**

Técnica para el arreglo de uñas: Maquina para la impresión de diseño.

Después de haber realizado la limpieza de las uñas y pintarlas se procedió a la impresión de los diseños, primero que todo tenía que estar muy bien seco el esmalte y este se hacía con un secador especial para uñas, mientras se esperaba que se secara la señora fue buscando los diseños en la impresora, aplican un esmalte para la pre impresión y toca esperar que se seque muy bien y colocan una pegatina alrededor de las uñas para que el esmalte solo quede en la uña, después se encaja la uña en la impresora para llevar a cabo el diseño, esta tiene una pantalla por donde la manicurista puede ver la uña y acomodarla y ajustarla para la impresión de diseño.

Además cuentan con un cojín para que no se cansen de sostener la mano dentro de la máquina, preguntan si quieren que el diseño quede ubicado de tal manera que las demás personas lo vean o en sentido contrario, después la manicurista cuadra el diseño en la uña tratando de que quede centrado, después de esto lo manda a imprimir.

Dura 1 minuto la impresión, no se siente olor, solo frio, después de terminada la impresión en la uña aplica brillo y gel frio para mayor duración, la impresión en las uñas dura de 10 a 15 días dependiendo del cuidado que se tenga.

**Observaciones generales:**

Las personas que asisten frecuentemente a este lugar tienen un consumo hedónico y ostentoso.

Las manicuristas deben tener un protocolo para la realización del arreglo de las uñas.

Es importante que todos los que integran el personal de trabajo en el establecimiento tengan buena actitud y amabilidad frente a los usuarios para la recompra.

Este establecimiento tiene todos los elementos para que el cliente se sienta satisfecho, permitiendo prestar un excelente servicio.

La identidad de marca está muy presente en todo el establecimiento, utilizando siempre los colores, diseños que lo distinguen

**OBSERVACION PARTICIPANTE****NOTA DE CAMPO**

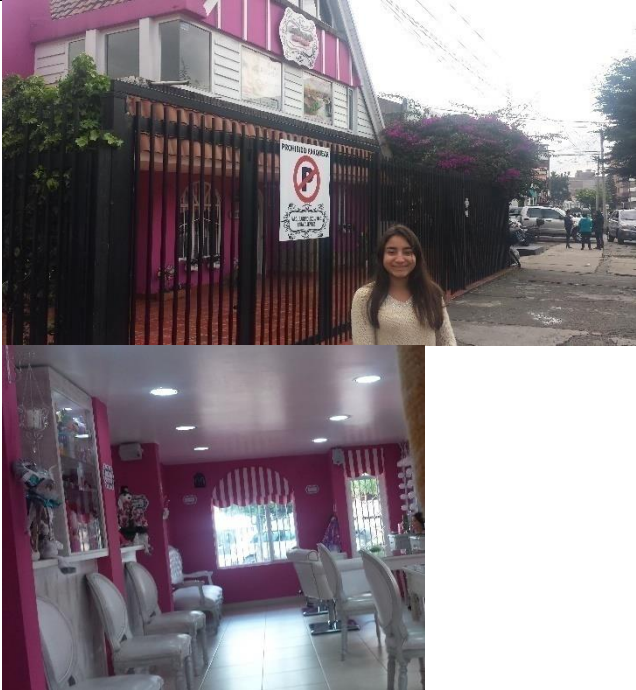
**Observador:** Luisa Escobar Osma, Deinna Mueete Contreras

**Lugar:** Estilos nails Bar- Café

**Fecha de observación:** 7 de Noviembre Hora: de 2:00 pm a 2:45pm

**Fecha de transcripción:** 7 de Noviembre Hora: de 3:00 pm a 4:30 pm

HECHOS OBSERVADOS	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
<p><b>Ubicación: ( descripción ambiente físico, artefactos de la cultura)</b></p> <p>Está ubicado en la calle 119 #11<sup>a</sup> – 19 en un sector de nivel socioeconómico alto, es una calle donde transita mucho carro pero en el establecimiento solo nos encontrábamos nosotras como usuarias.</p> <p>Toda la casa es de color rosado fuerte (fucsia) con detalles blancos y negros muy femenino y acogedor, habían 5 mesas de color blanco estilo princesa para llevar a cabo el servicio de manicure y dos sillas de peluquería para el arreglo del cabello, tienen un mueble donde ubican los esmaltes que son usados por todas las manicuristas, cada manicurista tenía un mini-mueble personal al lado de su mesa, habían 5 sillas para el lavado del cabello, un lavamanos, 5 sillones en los cuales se realizaba el pedicure, estaba una recepcionista la cual era la dueña del establecimiento, sobre el escrito de atención se encontraban la tarjeta de presentación del lugar, folletos y la carta de precios.</p> <p>Hay un tipo de cafetería atendido por una señora de edad.</p>	<p>Aunque este establecimiento se encuentra en un lugar muy concurrido no había usuarias allí.</p> <p>Los colores, su diseño e infraestructura, muebles están acorde con la identidad de servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este tipo de servicio.</p>

	
<p><b>Situación: ( Ambiente social y humano, acciones y hechos relevantes, retrato humano de los participantes)</b></p> <p>La manicurista Carolina es una persona amable, atenta, con tono de piel morena, tenía brackets, estaba con el uniforme de trabajo la cual lleva trabajando 5 meses en este lugar.</p> <p>La dueña en la bienvenida fue muy cortes pero cuando estábamos tomando la decisión de quien de nosotras dos se iba a hacer el manicure fue muy insistente y afanada, ella no permitió tomar fotos.</p> <p>Se acercó la persona encargada de la cafetería a ofrecernos una bebida caliente o fría.</p>	<p>Se evidencia el consumo ostentoso en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan demostrar que se tiene suficiente dinero para comprar cosas caras, no importando la utilidad que tenga lo que se compra, la necesidad que se pretende cubrir e incluso el buen gusto, pues lo que realmente interesa es</p>

La afluencia de gente es mayor los fines de semana para el arreglo de las uñas.

La manicurista tiene un protocolo para la realización del manicure y tener protección para la manicurista y para la usuaria.

Han tenido días en los que no ha entrado ninguna persona a adquirir el servicio.

La dueña en un momento pasó a pedir los datos de la persona que estaba adquiriendo el servicio.



diferenciarse de los que no pueden comprar esos objetos. Solamente se compra por hacerse notar y distinguirse de los demás.

También se evidencia un consumo hedónico en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan un servicio que le provoque sensaciones de placer y que hace que el consumidor se sienta satisfecho y auto realizado con la compra.

Además, las manicuristas tienen un protocolo para la realización del manicure prestando así un buen servicio.

El personal pide los datos a los clientes para crear una

	base de datos.
--	----------------

### Reflexiones

Preguntas: ¿

¿Cuál es tu nombre?

¿Hace cuánto estas trabajando en este establecimiento?

¿Cuál es el día en el que va más gente?

¿Qué si ha tenido alguna enfermedad por causa del trabajo?

¿Han tenido días en que no ha entrado gente?

¿Cuántos años tiene?

¿Realizan esterilización de los materiales?

¿Los esmaltes del mueble son para uso de todas la manicuristas?

¿La dueña siempre se encuentra en el establecimiento?

### Aportes a la construcción teórica:

Que muchos consumidores van hacerse manicure para una noche.

Tiene protocolos para la realización de procedimientos y que las enfermedades si se dan pero que depende mucho del cuidado de la persona.

Si un consumidor va a realizarse manicure y tiene alguna enfermedad como hongos, dermatitis, entre otras, No le prestan el servicio por prevención y no empeorar la situación.



Técnica para el arreglo de  
uñas.

Máquina para la impresión de  
diseño.

#### **Observaciones generales:**

Las personas que asisten frecuentemente a este lugar tienen un consumo hedónico y ostentoso.

Las manicuristas deben tener un protocolo para la realización del arreglo de las uñas.

Es importante que todos los que integran el personal de trabajo en el establecimiento tengan buena actitud y amabilidad frente a los usuarios para la recompra.

Este establecimiento tiene todos los elementos para que el cliente se sienta satisfecho, permitiendo prestar un excelente servicio.

La identidad de marca está muy presente en todo el establecimiento, utilizando siempre los colores, diseños que lo distinguen

## OBSERVACION PARTICIPANTE

### NOTA DE CAMPO

**Observador:** Luisa F. Escobar Osma y Deinna Mueté Contreras

**Lugar:** We love nails

**Fecha de observación:** 14 de Noviembre de 2015 Hora: de 2:00 pm a 3:15

**Fecha de transcripción:** 14 de Noviembre de 2015 Hora: de 3:30 pm a 4:30 pm

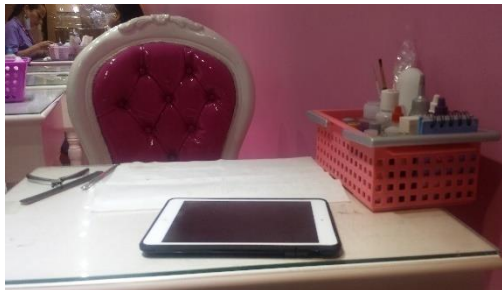
<b>HECHOS OBSERVADOS</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN</b>
<p><b>Ubicación: (descripción ambiente físico, artefactos de la cultura)</b></p> <p>Está ubicado en la calle 95 # 11<sup>a</sup> – 38 en un sector de nivel socioeconómico alto, es una calle muy transitada de carros y de personas.</p> <p>Es una casa con rayas de color negro y fucsia, tiene una cornisa en la entrada con mesas y sillas de color negro y blanco, sobre ellas decoradas con un ramo de flores, además tiene el aviso con la marca.</p> <p>Dentro del establecimiento en el primer piso se encuentran 8</p>	<p>Los colores, su diseño e infraestructura, muebles están acorde con la identidad de servicio que presta y con el tipo de consumidor que adquiere este tipo de servicio.</p>

mesas con sus respectivas sillas de color blanco y fucsia estilo princesa para las manicuristas que en ese momento se encontraban 3 realizando arreglo de uñas. Una manicurista estaba haciendo uso de la técnica de acrílicos, otra la técnica de uñas permanentes y la otra diseño en uñas.

También hay una espacio para el arreglo de cabello lo cual tenían 2 sillas con su espejo de color blanco y elementos necesarios para este, eran dos hombres que se encontraban en ese momento realizando un arreglo de cabello.

En el segundo piso se encuentra el bar de este establecimiento que ofrece servicios de bebidas y alimentos como postres.

Observamos también que había cajas el cual no deberían estar ahí porque no se ve muy bien.





**Situación: ( Ambiente social y humano, acciones y hechos relevantes, retrato humano de los participantes)**

Cuando llegamos nos recibió la recepcionista que lucía una blusa blanca, un pantalón negro, blazer negro y zapatos negros. Nos preguntó si teníamos cita y confirmo con una lista, nos hizo pasar a una mesa de las manicuristas y en 5 minutos la manicurista llegó, traía una especie de caja donde tenía todos sus implementos para el arreglo de uñas, usaba guantes y tapabocas.

La manicurista se llama Laura, fue cordial, amable y preocupada por el servicio que estaba prestando. Ella lleva 3 meses trabajando en este establecimiento y trabaja 4 días a la semana, el resto de días ella estudia. Lleva ejerciendo este trabajo 4-5 años y dijo que estaba feliz de trabajar en este establecimiento y que el pago era mejor en comparación con las peluquerías.

Cuando llegamos estaba una de las co-creadoras del

Se evidencia el consumo ostentoso en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan demostrar que se tiene suficiente dinero para comprar cosas caras, no importando la utilidad que tenga lo que se compra, la necesidad que se pretende cubrir e incluso el buen gusto, pues lo que realmente interesa es diferenciarse de los que no pueden comprar esos objetos. Solamente se compra por hacerse notar y distinguirse de los

establecimiento y dijo algo respecto a las cajas que había allí, que deberían quitarlas porque no se veían bien.

La manicurista hablo de que los fines de semana eran los días más concurridos es por eso que siempre se debe asistir con cita previa.



demás.

También se evidencia un consumo hedónico en las personas que asisten a este establecimiento ya que buscan un servicio que le provoque sensaciones de placer y que hace que el consumidor se sienta satisfecho y auto realizado con la compra.

Para poder hacer uso del arreglo de las uñas en este establecimiento se debe llamar a solicitar cita con un día de anticipación.

### Reflexiones

#### Preguntas: ¿?

¿Cómo te llamas?

¿Cuánto llevas trabajando en este establecimiento?

¿Te gusta trabajar allí?

¿Estudias?

¿También sabes realizar las técnicas de este establecimiento?

¿Cuál es el día en el que viene más gente?

¿Hacen uso de la máquina de impresión de diseños?

**Aportes a la construcción teórica:**

La manicurista nos dijo que la máquina para imprimir diseños no tuvo tanto éxito porque las usuarias les gustan más que les hagan los diseños.

El costo del arreglo de uñas depende de lo que uno se quiera hacer.

Las uñas acrílicas no dañan la uña mientras se retiren adecuadamente.

Dependiendo de la preferencia de la manicurista ella decide si usar o no tapabocas y guantes para realizar el arreglo de las uñas.

La manicurista nos contó que es mejor mantener las uñas maquilladas al menos con base ya que si no las uñas se tienden a partir con facilidad.



Aparato utilizado para el  
manicure permanente

### **Observaciones generales:**

Todas las manicurista deben estar con el cabello recogido y con el uniforme de la empresa, tenían dos uno negro y uno morado claro.

La marca del establecimiento está presente a la vista y en los elementos usados como la lima.

Es importante que todos los que integran el personal de trabajo en el establecimiento tengan buena actitud y amabilidad frente a los usuarios para la recompra.

Este establecimiento tiene todos los elementos para que el cliente se sienta satisfecho, permitiendo prestar un excelente servicio.

Las personas que asisten frecuentemente a este lugar tienen un consumo hedónico y ostentoso.

## APENDICE C

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### PARTICIPANTE 1



##### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Mueete Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 90 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Deinna Mueete C.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Deinna Mueete C. Me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 90 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Deinna Mueete C. al teléfono 3184104713.

Liliana Catalina León M.

Nombre del Participante

Liliana Mueete

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 2



#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Muete Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 90 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Deinna Muete C.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Deinna Muete C. Me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 90 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Deinna Muete C. al teléfono 318410473.

Lizeth Rodríguez

Nombre del Participante

Lizeth Rodríguez

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 3



#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Muete Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 90 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Deinna Muete C.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Deinna Muete C. Me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 90 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Deinna Muete C. al teléfono 3184104713.

Brenda Muete C.

Nombre del Participante

Brenda Muete Contreras

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 4



#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Muete Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 90 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Deinna Muete C.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Deinna Muete C. Me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 90 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Deinna Muete C. al teléfono 3184104713.

Andrea Méndez

Nombre del Participante

Andrea C. Méndez Jiménez

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 5



#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Mueke Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Luisa Escobar Osma.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Luisa Escobar Osma me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 45 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Luisa Escobar Osma al teléfono 316 829 9719.

Camila Gonzalez

Nombre del Participante

Camila Gonzalez

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 6



#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Denma Mueke Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Luisa Escobar Osma.

He sido informada sobre los objetivos del estudio.

Luisa Escobar Osma me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 45 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Luisa Escobar Osma al teléfono 316 829 9719.

Natalia Pinilla

Nombre del Participante

Natalia Pinilla

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 7



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deima Mueke Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Luisa Escobar Osma.

He sido informada sobre los objetivos del estudio.

Luisa Escobar Osma me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 45 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Luisa Escobar Osma al teléfono 316 829 9719.

*Nathalia Martínez*

Nombre del Participante

*Nathalia Martínez*

Firma del participante

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### PARTICIPANTE 8



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

#### Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Luisa Escobar Osma y Deinna Mueke Contreras, estudiantes de VIII semestre de Mercadeo, de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es **Identificar cuáles son las creencias y rituales que dan sentido a la práctica del arreglo y cuidado de las uñas en establecimientos denominados "Nail Bar" en jóvenes universitarias entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder unas preguntas que a continuación se le presenta. Esto tomara aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabara, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la presente entrevista serán codificadas anónimamente. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Luisa Escobar Osma.

He sido informada sobre los objetivos del estudio:

Luisa Escobar Osma me ha indicado también que tendré que responder unas preguntas, lo cual tomara aproximadamente 45 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a Luisa Escobar Osma al teléfono 316 829 9719.

Maria Fernanda Figueroa

Nombre del Participante

Mafe Figueroa

Firma del participante

**APENDICE D****REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 1**

**Edad:** 22 años

**Ocupación:** Estudiante

**Entrevistador:** ¿Qué piensa acerca de cómo las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Me parece que es bueno mantener cierto cuidado por el cuerpo, el cabello, las uñas...

**Entrevistador:** ¿Qué representa algo estético para usted?

**Entrevistado:** El cuidado de las uñas, el cuidado del cabello, el ejercicio también.

**Entrevistador:** ¿Qué opina de los estándares de belleza que hoy impone la sociedad?

**Entrevistado:** Me parece que es un poco complicado, porque actualmente las mujeres quieren ser más delgadas gracias a la tv, quieren operarse y las redes sociales también influyen mucho en eso.

**Entrevistador:** ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?

**Entrevistado:** Comprando ropa, sentirme bien como estoy vestida, en cuidado del cabello, de la piel, maquillaje.

**Entrevistador:** ¿Cómo se cuida el cabello y qué tipo de maquillaje utiliza?

**Entrevistado:** Yo uso marcas en especiales, de pronto me gusta más ir al dermatólogo y que me formulen allá mismo el maquillaje adecuado para mi piel y lo mismo para el cabello; el cuidado que hago con mi cabello es un tratamiento, el zampo y un acondicionador.

**Entrevistador:** **Qué opina de este refrán “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Se me hace que por parte como que están diciendo que si la mujer tiene las uñas bien arregladas representa la delicadeza, el cuidado, la limpieza en la mujer

**Entrevistador:** **¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Es más bien signo como de delicadeza en la mujer y de la limpieza también; limpieza en el sentido de que yo estoy muy pendiente de las uñas entonces yo pienso que si una persona tiene las uñas sucias es una persona sucia y si tiene las manos limpias en el caso de las uñas limpias, que es una persona limpia...

**Entrevistador:** **¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas y tiene algún significado para usted?**

**Entrevistado:** No, para mí no tienen un significado pero yo pienso que los colores como... a mí me gustan más los colores neón y pasteles. Los pasteles son como más delicados y los neón de pronto como para llamar la atención también.

**Entrevistador:** **¿Qué decorados son los más llamativos?**

**Entrevistado:** Yo pienso que las flores, las rosas porque también es como la moda, todo el mundo quiere hacerse decorados como de flores, rositas, o también de esas figuras que son como mariposas y eso con hojitas. Lo he visto mucho en muchos lugares y de pronto también lo que te digo las redes sociales de

pronto influyen mucho, digamos que actualmente las tiendas las peluquerías lo que es lo de las uñas, los nail bar se han encargado de poner su moda.

**Entrevistador: ¿Los decorados y los colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Pienso que no, de pronto cuando uno ya tiene una reunión ya es diferente de pronto colores más delicados para representar también esa delicadeza en la mujer y la elegancia; los colores neón los utilizo en la noche de pronto para fiestas.

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** Pues a veces si digamos las mujeres que tienen las uñas largas a veces digamos en mi opinión es que como que no se dedican a los oficios de la casa ni nada de eso, en cambio las que las tienen cortas es más difícil cuidar de ellas.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Digamos mis uñas ahorita están cortas entonces eso es sinónimo de que no me ha quedado tiempo de nada, de que estoy enfocada en otras cosas.

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** Me parece que es como que tienen mucha libertad, tienen muchas opciones, como que no se complican por las uñas; si uno se quiere hacer un decorado simple pues está bien, y si uno se lo hace ya muy llamativo tampoco como que no tiene mucho que ver.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail bar?**

**Entrevistado:** Ha sido buena es un servicio muy bueno y además es diferente a otros digamos peluquerías o algo así.

El servicio es diferente por ejemplo dentro de un nail bar tú ves, digamos diferenciándolo de una peluquería normal tú ves los accesorios que una peluquería necesita por ejemplo las sillas, la peluquería común; en cambio en un nail bar tú ves adentro comida, de pronto ves también diferentes clases de tragos para hacer cocteles, todo es diferente, diferente el diseño por dentro, a veces también yo pienso que la mayoría es como de dos pisos los nail bar, porque en el primer piso se encuentra la parte de las comidas y en el segundo se encuentra ya la parte de las uñas, del cabello...

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?**

**Entrevistado:** No la verdad no

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer el Nail Bar?**

**Entrevistado:** Yo lo conocí porque yo tengo una tienda virtual, yo no tengo un espacio físico yo tengo mi tienda virtual que son los productos por internet entonces las tiendas de Instagram nos reunimos un día y dijimos como que vamos a hacer una ferias que son llevar los productos de uno a un lugar de esos y encontramos un lugar que se llama “Estilos nails” y ahí fue que lo conocí.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

**Entrevistado:** La atención y de pronto lo que te digo la atención, que digamos tú te quieres tomar un coctel o algo así ahí lo puedes pedir y si quieres comer algo mientras tanto, también.

**Entrevistador: ¿Ha alguna vez comido o tomado algo en estos lugares?**

**Entrevistado:** Sí, es rico pero también es muy costoso. Por ejemplo un coctel cuesta como \$17.000 y las comidas de \$15.000 en adelante, son porciones pequeñas

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que hoy decoran las uñas?**

**Entrevistado:** Se me hace que es más fácil para uno escoger porque digamos en ese lugar te dan una Tablet y tú eliges los diseños que tú quieres, hay también carpetas de los colores que tú quieres, los diseños y lo vas escogiendo; es un poquito más fácil.

**Entrevistador: ¿Cómo es un día en el Nail bar?**

**Entrevistado:** Primero tu llegas al lugar, vas y lo que tú te quieras hacer digamos cabello o uñas, luego si tú quieres una persona es específico pues la escoges y si tiene tiempo, sino pues te eligen una persona; lo que te digo si te quieres hacer uñas, entonces llegas, te sientas, te dan la Tablet, escoges el diseño y ya te empiezan a hacerte los diseños en las uñas, si tú quieres puedes aparte pedir la comida o los cocteles, también hay otras bebidas como café...

**Entrevistador: ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Primero comienzan limpiándote las uñas, si tienes esmalte, después te aplican quita cutícula, luego te empiezan a quitar algunos cueritos, te aplican algunos nutrientes para las uñas, te ponen las manos en agua también como con otros nutrientes, te empiezan a aplicar ya lo que es la base, también lo bueno de estos lugares es que no usan cualquier esmalte sino esmaltes que te hagan crecer las uñas, te aplican los colores que tú quieres.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** Cuando me decoran las uñas, por algún diseño en especial.

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia te arreglas las uñas?**

**Entrevistado:** Digamos cuando en la Universidad muy difícil pero cuando estoy en vacaciones si cada 8 días o cada 5 días, me las arreglo yo misma. El año pasado iba mucho los “nail bar” cuando estaba en vacaciones porque me quedaba tiempo y además es un lugar muy agradable para hablar con la gente e iba con mi familia, mi mamá y mi hermana.

**Entrevistador:** ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?

**Entrevistado:** Cuidarlas bien, que de pronto si se partió una cortarlas todas al mismo largo, también estarlas pintando y no dejando que el esmalte quede por encima de las uñas, sino removerlo.

**Entrevistador:** ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?

**Entrevistado:** Bueno, la atención es muy buena, totalmente diferente a las peluquerías; te hacen la charla y es agradable lo hacen sentir a uno como que está bien en el lugar

**Entrevistador:** Y para finalizar ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?

**Entrevistado:** Si porque las manos es como una imagen a primera vista para las demás personas que vas a conocer y por eso pienso que si hacen parte de los estándares de belleza porque si ves a una persona con las uñas no cuidadas, piensa que en todos de los aspectos de su vida es así, por el contrario si siempre las tiene bien cuidadas quiere decir que ella se cuida en todos los aspectos de su vida.

## REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 2

**Edad:** 22 Años

**Ocupación:** Cocinera y pastelera

**Entrevistador:** ¿Qué piensa acerca de cómo las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Depende, hay personas que lo cuidan bien y hay otras personas que dicen que lo cuidan pero realmente no lo hacen, digamos son muy dejados con cosas tan sencillas como lo son las uñas, el cabello, la forma en cómo se visten; yo sé que las personas a veces se visten así porque les gusta pero ya, digamos la gente que se viste con la ropa arrugada o que desayunaron en la mañana y tienen un manchón en la camisa o cosas así, esas son cosas desagradable; las mujeres por lo general que tienen el cabello largo a veces son muy desorganizadas con su cabello y lo mantienen como grasoso.

Para mí una persona que cuida bien su cuerpo es aquella que se ve bien presentada, digamos en el caso de las manos que siempre va a tener las manos limpias, no va a tener las uñas que parecen “gorritos”, “honguitos”, que no se comen las uñas, que las tienen bien arregladas no necesariamente una persona que tenga esmalte puede tener las uñas desarregladas hay niñas con esmalte totalmente desarregladas, son demasiado largas y eso se ve asqueroso. Una persona que siempre huela bien, que siempre se vista bien, no me refiero a corbata y vestidos sino que estén bien presentadas, que este acorde al momento.

**Entrevistador:** ¿Qué representa algo estético para usted?

**Entrevistado:** Cuando a mí me dicen la palabra estético, me imagino a una persona que este con traje en el caso del hombre con corbata y en el caso de la mujer con vestido obviamente

no corto sino un vestido que realmente sea estético algo con lo que se vea muy bien, con el cabello recogido en las mujeres y en los hombres con el cabello corto y bien arreglado que se vean muy, excesivamente bien presentados.

**Entrevistador: ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?**

**Entrevistado:** Por lo general me gustaría tener el cabello más corto pero ahorita no he tenido tiempo para eso, pero pues me gustaría porque me siento mejor con el cabello corto porque no estresa tanto y no me fastidia tanto el cabello en la cara; con respecto a la ropa me gusta ser casual pero por lo general yo no uso colores muy fuertes sino colores más opacos como el negro, blanco, gris porque yo digo que salen para cualquier ocasión entonces para mí es normal vestirse así y por lo general lo combino con una chaqueta de cuero y unos tenis para que no se vea tan elegante porque para mí las chaquetas de cuero son muy elegantes; yo no me maquillo, es algo muy natural pero siempre estoy aplicándome mis cremas, creo que eso ayuda mucho; no uso ni polvos ni bases ni nada de eso, ni pestañina solamente la uso cuando compito nada más, de vez en cuando uso un labial que es acorde a mi tono de piel pero que es un color mate, o sea que no es brillante así que parece brillo labial no sino un labial Mate.

**Entrevistador: ¿Cómo se cuidas el cabello y qué tipo de maquillaje utiliza?**

**Entrevistado:** Yo no puedo usar ni cremas para peinar ni shampoos como sedal que son para cabellos lisos ni nada, tengo que usar un zampo especial porque tengo un problema de piel entonces pues es lo único que uso, de vez en cuando me aplico crema para peinar pero pues me afecta el cabello pero solamente en las puntas y me lo mantengo despuntando todo el tiempo o cada vez que puedo o tengo tiempo y pues de maquillaje no uso, uso son cremas

pero maquillaje no; lo único que yo usaría y uso sería pestañina y el labial, el labial solo lo uso cuando es una ocasión especial o voy a salir o voy a ir al cine o alguna cosa así.

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Que es muy cierto, totalmente cierto cuando una mujer o un hombre pues en mi caso cuando yo veo un hombre que tiene las uñas muy descuidadas me da mucho asco y sé que es una persona totalmente asquerosa que no se cuida que no se arregla, o sea que personalmente no tiene un cuidado en sí mismo y lo mismo pienso en una mujer que se come las uñas que las tiene llenas de mugre por dentro si son largas, cosas así.

**Entrevistador: ¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** En mi caso cada vez que tengo la oportunidad de podérmelas arreglar representa como liberación "uuuush" es totalmente relajante cuando a uno le hacen masajes, le arreglan las uñas porque siento que se quitan muchas cosas y me siento como un poco más relajada porque es muy rara vez que yo logro mandarme a arreglar las uñas, por lo general a veces lo hago yo pero siento como limpieza como que se refresca un poco porque es que a veces el trabajo y todo eso, digamos la calle y cosas así hacen que a uno se le sequen las manos que las uñas se vuelvan feas, se partan muy fácil entonces con el cuidado de uno ya como que cogen fuercita y cosas así.

**Entrevistador: ¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas; tiene algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Para mí los colores llamativos son los colores fuertes, colores vivos colores que expresen como felicidad, digamos un color negro con un dorado se ve muy bonito o con

un plateado y sería para una ocasión especial, pero colores digamos para salir o estar en casa, serían colores como un verde fuerte, un rosado, fucsia, amarillo, lila, y son colores que para mí expresan como el estado en el que está uno en ese momento en que se manda a arreglar las uñas.

**Entrevistador: ¿Qué decorados son los más llamativos?**

**Entrevistado:** A mí me gustan mucho los decorados de flores y los de muñequitos en el caso de Halloween y navidad, me gustan mucho para esas épocas esos diseños y el resto de temporada uso colores normales y en una uñita me nado a hacer florecitas o figuras pero no tan llamativas como las de navidad o las de Halloween.

**Entrevistador: ¿Los decorados y los colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Si, los colores definen como el tipo de persona que usted es, digamos en mi caso yo siempre uso colores que son oscuros, digamos negro y pues es que por lo general yo siempre he usado negro, blanco, gris, entonces definen que soy una persona como neutra y los decorados que yo también uso son como neutros, no son tan llamativos, así como los usan por lo general las personas y hace poco me hice un decorado de calavera pues eso expresa también los colores así como oscuros, góticos, pues esa es mi personalidad, las de las demás he visto decorados muy geniales pero que yo no me haría porque pues no es mi estilo.

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** No, no tanto porque a veces en los trabajos pues en mi caso no puedo tener las uñas largas y las personas que pues tienen las uñas largas o que tienen la posibilidad de hacerlo bien cuidadas son muy bonitas, mal cuidadas es algo que se ve muy mal y las uñas

cortas igual, bien cuidadas se ven muy bonitas y pues sin el cuidado que debe ser se ven asquerosas como una persona sucia saca papas por decirlo así sin desmeritar ese trabajo obviamente sino que se ve horrible eso.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** La limpieza de una persona, si una persona es pulcra, organizada se refleja en las uñas, si usted es limpia se va a reflejar en sus uñas, si a usted no le importa como usted se ve se le va a notar en las uñas.

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** A avanzado demasiado, totalmente, es increíble que con (no me acuerdo el nombre de la maquina) pero que uno tenga que meter el dedo y salga impreso es impresionante ver como lo hacen, es genial porque ellas ya no necesitan matarse tanto como porque el diseño salga perfecto ni diseños básicos sino que ya uno puede estampar hasta una imagen, ya sea la imagen de un cantante, del perrito, de cualquier cosa, es impresionante y es genial porque se avanza muchísimo y ellos últimamente han tenido como más clientela por esas cosas que hacen ahorita y las maquinas que usan, es genial, es súper genial.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail Bar?**

**Entrevistado:** Pues cuando fui fue estupenda, la chica que me atendió fue muy amable conmigo, fue impresionante que se dio cuenta de que yo tenía un problema en un dedito, en una parte de la uña y era que se me estaba enconando o tenía pus pero no era algo horrible sino que el dedo estaba calientico y se veía amarillo pero era como una puntica pero no era

mucho, o sea ni yo lo alcance a notar sino ella me dijo, entonces es impresionante que ella se haya dado cuenta de eso sabiendo que es mi dedo y yo no me había dado cuenta de eso, yo pensé que me había machucado o algo así por eso me dolía el dedo pero no lo vi tan extremo entonces ella hizo como el cuidado para que eso no fuera peor sino como que se mejorara rápido, no estoy diciendo que el dedo se me iba a caer, no, sino fue algo muy pequeño, ella me decía que el dedo estaba como inflamado como que tenía una infección en el dedito pero no era una infección fea sino que era como si uno tuviera como una bolita pequeña como de pus, de materia algo así y que el dedo lo tenía muy caliente, que tenía fiebre en el dedo y fue impresionante que ella se diera cuenta de eso, entonces como que el trato que ella me dio respecto a eso fue muy bueno y me aconsejo otras cosas para mis manos, hubo unos guantes de algas que ellos usan me los aconsejo también para las manos para la resequedad y todo eso, o sea la atención fue muy buena y en el procedimiento de la decoración tuvieron mucha paciencia porque uno ve tantos diseños que uno no sabe que escoger, entonces ellas tienen mucha paciencia al momento o sea en el tiempo de espera para que uno escoja entonces eso fue bueno también, la forma en cómo me quedaron las uñas me agrado demasiado por que quedaron totalmente perfectas entonces me gustó mucho haber ido, fue genial; esto fue en súper wow.

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?**

**Entrevistado:** No, nunca

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer el Nail bar?**

**Entrevistado:** Fue por la invitación de mi hermana, ella me llevo allá pues ya había escuchado sobre estos pero pues nunca había tenido la oportunidad de ir por el tiempo y el

dinero tampoco pues no se daba para eso y yo no me preocupe tanto por eso, pensaba que era muy costoso pero no es tanto, es algo que uno dice pues por mis uñas, si me gusta yo lo pago entonces fue por ella y porque ella me había contado sobre esto y yo medio había averiguado sobre esto pero ella fue la que me llevo hasta allá a conocer el lugar y a hacerme el arreglo y todo eso.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

**Entrevistado:** Los diseños, totalmente y la forma de las impresiones, las maquinas que usan eso es lo que más me impresiona, el diseño que yo me hice fue así por medio de impresiones ellas tenían más diseños que eran manuales y eso pero pues ya uno escogía y yo lo quise fue con impresión y eso fue lo que más me impresiono, o sea fue genial, valga la redundancia fue súper genial porque yo nunca había visto algo así yo pensé que iba a quedar la uña horrible, eso no va a quedar bien el diseño, como carajos piensan imprimir en una uña algo, pero si se puede, es genial y el diseño queda perfecto, totalmente perfecto, le acomodan el diseño al tamaño de la uña de uno, yo pensé que si el diseño se sale de su uña pues queda así pero no, o sea tienen la posibilidad de acomodar el diseño a la uña de uno, es algo que realmente me impresiono, es muy genial.

**Entrevistador: ¿Alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?**

**Entrevistado:** No, no recuerdo bien pero creo que ese día nos ofrecieron algo a mi hermana y a mí pero pues yo no quería nada y pues estaba más emocionada por eso que por beber algo, tomar algo, comer algo, entonces no pero creo que si se puede, pues vi a una muchacha hacerlo estaba tomándose un café.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que hoy decoran las uñas?**

**Entrevistado:** Muy buena, lo recomiendo, es muy genial o sea es que indescriptible, uno tiene que hacerlo para poder decir que se siente pero es imposible decirlo con palabras, es muy genial.

**Entrevistador:** ¿Cómo es un día en el Nail bar?

**Entrevistado:** Pues en mi caso mi hermana fue la que pidió la cita, nos atendían a una hora, uno tiene que llegar a esa hora, le asignan a uno la chica que lo va a tender en el caso si uno ya ido varias veces ya sabe con qué chica lo quiere hacer entonces uno pide la cita es con ella y uno se sienta, le pasan los diseños a uno, uno va escogiendo mientras ellas van alistando los implementos, luego ellas empiezan a hacer lo que pues es el tratamiento con las uñas, le meten las manos en agüita caliente, le aplican muchísimas cosas a uno que para las uñas, la cutícula, mil cosas; le limpian a uno bien las uñas, pues en mi caso me encontraron lo del pus que tenía en la uña, le recomiendan a uno otras cosas para eso, uno decide si las quiere hacer o no igualmente eso tiene un cosito adicional, entonces pues uno decide si lo quiere aceptar o no, luego le dan a escoger a uno como los colores que quiere uno con el diseño porque pues en las plantillas que ellas tienen los diseños vienen con un color diferente, entonces si uno lo quiere cambiar lo puede hacer, entonces pues yo escogí mis diseños, me preguntaron qué colores me gustaría y yo le pedí ayuda a una porque pues estaba muy mocionada y no sabía bien que escoger entonces le pedí el diseño a la chica que me atendió y ella me dio los colores, me arreglo las uñas, luego me pinto las uñas y luego me puso una capa de un pegante para la impresión del diseño y fuimos allá o sea me llevaron a sentarme allá al frente como de la impresora por decirlo así y metí el dedo allá y ella acomodo el diseño al tamaño de mi uña y no dura mucho son como dos minutos, tres minutos no pasa más de eso la impresión, uno lo saca y ellas le limpian a uno los deditos para que quede bien y le aplican a uno como un

esmalte que cubra el diseño para que no se vaya a dañar tan rápido, en gel y ya después pues uno pues paga y es genial, ellas son muy amables y siempre están con una buena atención, nunca están amargadas, mirándolo mal a uno como que quiere, no le dicen a uno que ese diseño no, no, siempre o sea dejan que si uno se quiere tatuar un perro y al otro lado quiere tatuarse no sé, a su banda favorita pues usted lo puede hacer, ellas no pues uno está pagando, y siempre lo apoyan a uno con los diseños, son muy amables.

**Entrevistador: ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Por lo general el arreglo empieza, si uno tiene esmalte, le aplican quitaesmalte y empieza a quitar el esmalte, igual si uno no tiene hacen como una limpieza en la uña y empiezan pues con la limpieza de las uñas, luego las meten en agüita y así, luego uno saca una mano y ellas se las van arreglando, se las van limando, las van limpiando, le aplican un cosito para la cutícula, le quitan todos esos cueritos, luego uno pasa la otra mano igualmente, le secan a uno la mano, le hacen un masaje con una crema que es súper relajante, a uno lo llevan a lavarse las manos, ahí es cuando uno empieza a coger los colores y los diseños, entonces empiezan ellas a aplicar los colores que uno escogió, luego le aplican el pegante para la impresión del diseño, uno va a allá le ponen la impresión y al final ya le aplican como un gel para que cubra el diseño y no se vaya a dañar tan rápido.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** Cuando voy a que me pongan el diseño, es lo más emocionante de la vida y cuando me hacen masaje con esa crema que ellas tienen que tiene como azúcar, como unas pepitas algo así, ese masaje es súper relajante, me agrada mucho eso y la impresión del diseño es excesivamente impresionante, es muy genial.

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia se arreglas las uñas?**

**Entrevistado:** Por el momento no me las puedo arreglar con mucha frecuencia pero cuando lo logro me las arreglo cada dos semanas, cada 15 días, cada semana dependiendo de cómo las tenga y cosas así, por lo general yo me las arreglaba cada semana y me ponía un color diferente para la semana, pero después empecé como a los 15 días y así pues ahorita en el momento no puedo hacerlo.

**Entrevistador: ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?**

**Entrevistado:** No comérselas es una cosa porque eso obviamente las debilita demasiado, no quitarse el esmalte con los dientes eso también debilita mucho las uñas, aplicarse si no les gusta el esmalte pueden aplicarse una base de ajo y eso endurece la uña y ayuda a que crezca más fuerte y mantenerse lavando las manos con agua fría, pues ayuda a las manos y a las uñas, como que hidrata y eso, y estar tomando mucha agua también funciona mucho.

**Entrevistador: ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?**

**Entrevistado:** El ambiente es muy chévere o sea es algo acogedor, es algo en el que usted se siente bien, que usted sabe que le van a arreglar las uñas y sabe que va a salir bien, ellas atienden muy bien, son muy amables o sea siempre tienen como esa atención que deberían tener todas las personas que trabajan dando un servicio, deberían tener esa actitud que tienen ellas que siempre están felices, a pesar de que les haya pasado mil personas por el frente, que hayan sido groseras con ellas, siempre tienen esa buena actitud y lo contagian a uno de eso así

uno haya tenido un mal día, ellas siempre tienen esa buena actitud y lo contagian a uno para estar siempre también bien.

**Entrevistador: ¿Qué opina de los estándares de belleza que hoy impone la sociedad?**

**Entrevistado:** Es terrible porque, en el caso de las mujeres pretenden que una mujer sea totalmente esquelética para que tenga que ser bonita, para mí eso no es ser bonita, usted es bonita tal y como es y yo me doy cuenta personalmente pienso que una persona que no es tan gorda que ya se pasa de obesa y uno ya dice que es algo que ya se pasa de los límites, sino una mujer que tiene músculo, que sea acuerpada no necesariamente gorda ni necesariamente esquelética casi anoréxica por lo general que es lo que muestra la televisión, debe ser una persona realmente para encajar en la sociedad o una mujer mona con ojos claros y no es así, cada persona es bonita tal cual como es. Y el hombre no tiene que ser precisamente un tipo supremamente alto de ojos azules, lo que nos presenta la sociedad ahorita son personas que casi ni existen.

**Entrevistador: ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?**

Si hacen parte de los estándares de la sociedad debido a que es lo que primero le observan a uno puesto que cuando uno va a una entrevista o se saluda con alguien se da la mano y es ahí cuando la otra persona puede observar si uno es pulcro y limpio y es parte de nuestra imagen.

### REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 3

**Edad:** 24 años

**Ocupación:** Ejecutiva de cuenta

**Entrevistador:** ¿Qué piensa acerca de cómo las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Existe de todo un poco, las personas que si se quieren, considero que una persona que se quiere que acepta a si misma pues de igual manera va a cuidar en si todo su cuerpo, el cabello, uñas, piel, todo...

**Entrevistador:** ¿Qué representa algo estético para usted?

**Entrevistado:** Belleza, armonía.

**Entrevistador:** ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?

**Entrevistado:** Voy a la peluquería, hago cosas que me hagan sentir bien conmigo misma y pues que de igual manera eso proyecte a las demás personas.

**Entrevistador:** ¿Cómo se cuida el cabello y qué tipo de maquillaje utiliza?

**Entrevistado:** En el cabello me hago mascarillas naturales, con aguacate, banano para hidratar las puntas; utilizo acondicionador, crema para peinar, silicona, me lo aliso mucho; las uñas también cada 15 días, limarlas, cortar la cutícula, remover los cueritos que salen alrededor; de maquillaje uso polvos, cualquier marca no tengo una marca en especifica de colores claros, utilizo labial en su mayoría CyZone, rímel y delineador, básicamente es eso, un maquillaje como muy suave

**Entrevistador:** ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”

**Entrevistado:** Si pienso que tiene mucho de ser cierto porque una persona que se cuida sus uñas pues digamos que es algo muy mínimo en el cuerpo quiere decir que cuida a sí misma y se acepta tal cual como es y quiere proyectar esa misma imagen a las personas.

**Entrevistador:** ¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?

**Entrevistado:** Quererse, consentirse, sentirse bien y proyectar una imagen adecuada hacia las personas, en el trabajo, en lugares donde uno se desenvuelve.

**Entrevistador:** ¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas; tienen algún significado para usted?

**Entrevistado:** Colores vivos, fluorescentes, eso sería como lo más llamativo digamos ahorita que está de moda los colores que alumbran en la oscuridad y ese tipo de cosas.

No, para mí no representa así nada en específico.

**Entrevistador:** ¿Qué decorados son los más llamativos?

**Entrevistado:** Pues a mí me gusta de todo un poco, los muñequitos, figuras geométricas, cosas raras en sí... diseños de tribales con estos se pueden hacer muchas figuras bacanas.

**Entrevistador:** ¿Los decorados y los colores la definen como persona?

**Entrevistado:** Sí, porque yo soy una persona extrovertida, divertida y precisamente pues escojo colores muy llamativos, divertidos, de igual manera diseños muy extrovertidos.

**Entrevistador:** ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?

**Entrevistado:** No, pues pienso que ya va en el gusto de cada persona como quiera manejar el largo de sus uñas; yo siempre las tengo medio larguitas a veces llegan a estar bastante largas pero pues por uso diario del computador se me parten entonces pues no tengo un largo estipulado...

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Aseo, principalmente una persona que lleva sus uñas bien arregladas pienso que le da esa impresión a las demás personas de aseo, de pulcritud.

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** A mí me gusta, porque se pueden hacer muchas cosas de muchos colores, hay diferentes texturas en los esmaltes, muchos diseños, muchas cosas locas; ya no es lo mismo que era antes del francés, el color pastelito, color muy ejecutivo... ahorita hay otras maneras de decorar las uñas y se ven bien, se ven bonitas.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail bar?**

**Entrevistado:** Ha sido muy buena porque es un concepto totalmente diferentes, no solo vas a que te arreglen las uñas sino también a que te consientan a que te sientas bien, que te distraigan mientras hacen el proceso como tal de maquillar las uñas.

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?**

**Entrevistado:** No he tenido ninguna experiencia negativa en estos lugares, todo muy bien, todo muy chévere.

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer el Nail bar?**

**Entrevistado:** Principalmente por redes sociales, la publicidad que han hecho de estos lugares ha sido pues mucha y ya hoy en día se encuentran en cualquier parte. Instagram, Facebook, twitter principalmente esas tres y sigo cuentas de lugares de este tipo.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

**Entrevistado:** El poder realizar otro tipo de actividades mientras te van decorando las uñas, no sé hablar con tus amigas, tomar algo, escuchar música, distraerse mientras están en el proceso de la decoración de las uñas.

**Entrevistador: ¿Alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?**

**Entrevistado:** Si, pues en su mayoría ofrecen como coctel, café o postres, entonces tú puedes ir consumiendo lo que desees mientras te van atendiendo. El precio depende de la ubicación del lugar, digamos hacia el norte si va a ser o es un poco costoso pero hay lugares hacia el sur que no son tan costosos y ofrecen los mismo servicios; hay que ver como tal el sitio pues digamos hacia el sur son un poco más pequeños y hacia el norte son los lugares más grandes, los muebles y todo son diferentes, es como más cómodo entonces yo trato de visitar a los dos, cualquiera de los dos pues también dependiendo de la solvencia económica que tenga.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que hoy decoran las uñas?**

**Entrevistado:** No he utilizado así como un aparato extraño, solamente hay una maquinita que te seca las uñas así instantáneamente cuando hay que hacer como muchas líneas o lleva mucho color la decoración, es muy chévere porque algo práctico y muy rápido.

Hay unos que son como una impresora y te plasman así el diseño, lo que quieras en la uña pero en si otros aparatos no.

No he usado esa máquina de la impresión de uñas porque no me gusta, no me gusta como se ve la imagen cuando queda plasmada en la uña me gusta más que la dibujen con el pincel del esmalte, que se vea más elaborado. Solo lo vi y no me gusto.

**Entrevistador: ¿Cómo es un día en el Nail bar?**

**Entrevistado:** En algunos hay que agendar la cita, llegas, te sientas, te ofrecen alguna bebida, si quieres comer algo, ya después te empiezan a hacer todo el proceso de manicure o pedicura y al finalizar ya te toman foto para dejar como registro del diseño que te hiciste y ya pues básicamente es eso, ya si tú vas con tus amigas ofrecen otro tipo de servicios, de masajes o masajes con chocolate o vela, bueno ahí ya con todo tipo de materiales que utilizan adicionales si uno quiere.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** Pues digamos que puede ser un plan diferente para compartir con amigos, familiares con tu mamá, es una experiencia diferente y mientras te atienden y te consienten las uñas y los pies pues ¿puedes ir no se adelantando cuaderno, echando chisme, entonces sí es muy bacano, diferente. La limpieza de las uñas me gusta más, que queden bien limadas que le quiten a uno todos los cueritos de alrededor, la limpieza y obviamente la decoración tiene que ser una decoración muy bonita.

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia se arreglas las uñas?**

**Entrevistado:** Yo me las arreglo cada 15 días y por ejemplo si a los 8 días ya se ha caído el esmalte me lo quito, me pongo base, esmalte en un tono normal y ya a los 8 días voy y me las arreglo total. Entre 15 o 20 días voy al establecimiento y me cobran cerca a mi casa el manicure y pedicura \$18.000 con una uña decorada en cada mano, pero si ya te quieres decorar más uñas te cobran \$1000 por uña adicional entonces ya depende de lo que tú te quieras hacer, puede salir a veces por \$20000 o \$25000 si ya es muy detallado si ya tiene mucha cosa.

El diseño que más me ha impactado más son unas mafaldas que me hicieron una vez y quedaron exactas a la foto que lleve y fueron a mano obviamente con el pincel del esmalte.

**Entrevistador:** ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?

**Entrevistado:** Poderse realizar el manicure completo cada 15 días creería para poderlas tener bien, que no te salgan tantos cueritos, si cada 15 días porque si se realiza cada 8 días se maltrata mucho la uña entonces se va desgastando, ya se vuelven débiles entonces preferiblemente 15 días para mantenerlas limpias, saludables y que crezcan bonito.

**Entrevistador:** ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?

**Entrevistado:** Es muy bueno porque pues son chicas que están haciendo lo que les gusta, entonces lo hacen con cariño, lo hacen bien, no son forzadas entonces te consienten y es chévere hacen su trabajo bien.

**Entrevistador:** Y para finalizar ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?

**Entrevistado:** Yo pienso que de alguna manera si tiene que ver mucho con los estándares de belleza que nos impone la sociedad porque pues digamos el cuidado de las uñas hace parte del cuidado personal de cada persona pero si digamos las tendencias que se están llevando a cabo los últimos tiempos acerca de maquillaje, figuras y todo este tipo de cosas que han salido para las uñas si hace que las personas, pues las mujeres principalmente se vayan más o se enfoquen más en el cuidado de las uñas precisamente para seguir estas tendencias de moda y actualidad en cuanto al arreglo de uñas.

#### **REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 4**

**Edad:** 23 años

**Ocupación:** Estudiante de mercadeo

**Entrevistador:** ¿Qué piensa acerca de cómo las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Las personas lo hacen por salud o a veces también por los prejuicios sociales que tienen, entonces digamos 1 para versen bonitas ante la sociedad para que las acepten, digamos cuando ellos manejan un círculo social donde la estética es un punto muy importante para ellos pues tienden a dedicar más tiempo para arreglarse para versen bonitos físicamente.

**Entrevistador:** ¿Que representa algo estético para usted?

**Entrevistado:** Algo estético, algo que tenga que ver sobre la belleza para que digamos resalte tus atributos personales.

**Entrevistador: ¿Qué hace usted para verse y sentirse bella?**

**Entrevistado:** Bueno, primero teniendo como un autoestima alta y bueno ahí también la salud afecta porque digamos hay personas que si son gorditas o están en sobrepeso muchas veces también afecta su auto estima, así como también hay unas que son gorditas y ellas como que sacan lo mejor de sí mismas y así tengan el físico que tengan pues siempre se van a sentir bonitas y se visten, y se van a vestir mejor y digamos se van a peinar mejor. También digamos hay que tener en cuenta que las decisiones de los demás no deben afectar tanto en uno porque mucha gente pues nunca va a estar contenta como uno se vista, como uno se vea entonces hay que tener ese criterio de que si yo me siento bien pues estoy bien. Para resaltar mi belleza uso maquillaje pues lo básico, entonces bloqueador, corrector de ojeras, en ocasiones especiales base, pestañina, rubor, labial, eso básicamente y pues mantener como las uñas también bien cuidadas.

**Entrevistador: ¿Cómo se cuida el cabello y qué tipo de maquillaje utiliza?**

**Entrevistado:** Pues el cabello me lo cuido digamos yo no me lo tinturo, no me lo he tinturado nunca entonces normal es con tratamiento los fines de semana con queratina, puede ser el tratamiento que traiga queratina y pues no bañármelo diario sino digamos cada 2 días más o menos, no planchármelo cuando este mojada; y el maquillaje yo uso digamos polvos que son Ana María, rubor marca Vogue, pestañinas digamos de esika o Max factor, el encrespador, delineador, sombras puede ser Avon, labiales también de esika o de cyzone y ya ese es el maquillaje que utilizo.

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Yo digo que no siempre aplica porque hay personas que digamos pueden ser muy buenas personas, pueden ser personas exitosas, honradas y eso y a veces por tiempo o sea dedican más a otras labores que a pintarse las uñas, eso va más como en la vanidad de las personas entonces si es una persona vanidosa tendrá tiempo en cualquier momento de pintarse las uñas y que se vean bien, también eso de que si las tienen corticas o algo así a veces no es por como sea la persona sino por digamos cosas biológicas, hay muchas personas que he conocido también hombres que dicen que lo primero en que se fijan en una mujer son las uñas pero pues la verdad yo digo que a veces no aplica para conocer verdaderamente a la persona, aplica digamos cuando uno se puede dar cuenta cuando una persona es vanidosa también como por cómo son sus uñas entonces si son súper cuidadas que tienen mucho detalle, son personas que son vanidosas y también digamos si uno ve personas que tienen las uñas de todos los colores o algo así son personas de pronto extravertidas.

**Entrevistador: ¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Como dedicarme tiempo a mí misma y si como darme gustos, digamos pues yo no me pinto el cabello y eso y tampoco uso ropa como tan extravagante pero en las ultimas uno puede como expresar también sus gustos, entonces digamos si le gustan los animales puede expresar ahí esos gustos, si le gustan los colores oscuros, o los claros o los fluorescentes.

**Entrevistador: ¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas; tiene algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Pues es que digamos más que llamativos digamos es depende de la ocasión, digamos si es una ocasión como de elegancia y eso van a ser colores como color pastel, pero

si es digamos para cuando uno los utilice que no tenga ocasiones así pues yo me las puedo pintar del color que quiera no tengo preferencia por los colores; no tienen ningún significado para mí, yo lo uso más es para ocasiones más que por significados.

**Entrevistador: ¿Qué decorados son los más llamativos?**

**Entrevistado:** Las flores como bien elaboradas y porque digamos las flores también muestran como la delicadeza entonces pues me gustan y también como que no sean tan recargadas a veces solo con puntos y eso hace ver las uñas bonitas, bien arregladas.

**Entrevistador: ¿Los decorados y los colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Pues si podría ser, pues como digo no tengo como un patrón siempre establecido entonces siempre digamos es porque también tengo como la mente abierta, me puedo poner una semana color verde, la otra semana morado, la otra blanco y así entonces digamos hay personas que dicen no yo solo me hago el francés porque así se ve como bonito y me hago una florecita y ya, entonces si me define en ese sentido de tener la mente abierta.

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** No pues de representar no porque lo que te digo a veces son cosas más como biológicas, digamos yo me cuido las uñas pero las uñas a mi casi no me crecen y eso no significa que yo sea una persona descuidada.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Bueno, 1 es delicadeza y que tanto tiempo te dedicas a ti misma, más que todo eso.

**Entrevistador:** ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y arreglan las uñas hoy en día?

**Entrevistado:** Me gusta mucho más esa variedad de estilos que hay para decorar las uñas entonces hay cosas como usar accesorios, usar distintas técnicas, usar pinceles, a mí me gusta mucho esa variedad de técnicas que hay en el mercado y que hay cosas fáciles que uno se puede hacer y ya digamos si son más elaboradas uno se puede mandar a hacer en lugares especializados.

**Entrevistador:** ¿Cómo ha sido su experiencia en los nail bar?

**Entrevistado:** Bueno pues he ido a uno y la verdad me parecen lugares súper bonitos, donde pues toda la atención se las lleva pues las uñas de uno, hay muchas técnicas, son personas que están especializadas que hacen bien su trabajo y que se nota la dedicación y a la vez la delicadeza con la que hacen su trabajo.

**Entrevistador:** ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?

**Entrevistado:** No, realmente no. Solo pienso que si es un poco costoso aunque a veces pues hay cosas que uno dice bueno se justifica pagar tanto precio por tener mis uñas bonitas pero entonces hay cosas que son súper sencillas y si me parecen súper costosas donde a veces digamos en una peluquería normal de barrio hacen a \$6000 pesos un decorado y lo hacen bonito y allá cobran pues demasiado se me hace a mí.

**Entrevistador:** ¿Cómo fue que llego a conocer el nail bar?

**Entrevistado:** Por mis amigas porque una vez fuimos a celebrarle el cumpleaños a una amiga entonces la llevamos a ella y la acompañamos entonces en ese proceso.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

**Entrevistado:** La decoración, es muy delicada, muy femenina y son como esos espacios distintos que no son como uno irse a arreglar las uñas y ya y sales, sino que es como todo el momento que uno vive como lo atienden, todo.

**Entrevistador: ¿Alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?**

**Entrevistado:** No, porque en ese momento no se dio la ocasión.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que hoy en día decoran las uñas?**

**Entrevistado:** Pues no he tenido experiencia propia con ellos pero si he visto, me parece una forma de innovar muy chévere porque pues digamos ya hay cosas que si uno se quiere hacer retratos, si uno se los puede hacer en las uñas entonces ahí uno puede como expresar aún más sus gustos pues personales que tiene y ponérselos en las uñas.

**Entrevistador: ¿Cómo es un día en el Nail bar?**

**Entrevistado:** Nosotros salimos y pues llegamos todas allá al lugar, allá ya teníamos reservación entonces bueno pues nos preguntaron el nombre, nos ubicaron, después le hice empezaron a desmaquillar las uñas, después ya le empezaron a pintar, le preguntaron qué decorado quería; en ese momento estaba solo el salón de belleza entonces estábamos ahí como alrededor ya después llego más gente entonces subimos, tenía segundo piso y ahí nos quedamos un rato los accesorios y los productos que ellos venden pues porque adicional venden productos distintos a lo que se dedican y nos sentamos en los sillones porque en

verdad era cómodo y ya esperamos a que terminaran con el proceso, si fue un poquito demorado más que digamos lo que uno se demora en el salón de belleza normal.

**Entrevistador: ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Primero quitarse el esmalte, después limárselas, bajar la cutícula, echarse exfoliante, lavarse las manos, después la crema ya después va la base, el color base que uno se va a aplicar y ya empiezan con el decorado y por ultimo ponen ya brillo secante o como un espray para que se seque más rápido y cremita otra vez.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** La parte del decorado, que es cuando ya se ve como los resultados de las uñas como quedaron y pues de ahí depende si te gusta o no.

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia se arregla las uñas?**

**Entrevistado:** Semanalmente, yo misma o a veces una vecina digamos ella nunca ha estudiado nada de eso de belleza ni nada pero entonces se le facilita mucho la decoración de las uñas.

**Entrevistador: ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?**

**Entrevistado:** Es muy importante la alimentación, también pues uno echarse crema en las manos eso también ayuda digamos hay cremas que tienen como vitamina E, o tratamientos digamos aceite de almendras para que le crezcan a uno las uñas.

**Entrevistador:** ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?

**Entrevistado:** Prestan un buen servicios, es adecuado lo que uno paga se lo retribuyen tanto en el arreglo de las uñas y la atención que uno recibe entonces digamos así sea al momento de pagar siempre como que te van a recibir bien el dinero y te van a dar tanto la bienvenida como cuando sales del establecimiento, es una buena atención.

**Entrevistador:** Y para finalizar ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?

**Entrevistado:** A veces sale la moda de ponerse piercing y eso en las uñas entonces la gente por moda lo empieza a hacer aunque digamos yo no voy con esos gustos pero si las modas digamos antes solo se usaban colores claritos pasteles y ahora digamos uno se puede pintar una uña de un color y otra de otro color entonces si es muy influyente las modas y los estándares de belleza en la sociedad que uno también viva.

## REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 5

**Edad:** 21 años

**Ocupación:** Estudiante

**Entrevistador:** ¿Que piensa acerca de la forma como las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Pues pienso que muchas personas no les da la importancia que es, es realmente la primera impresión que causa físicamente pues con el aspecto físico de las personas y pues

es importante un buen aspecto físico y una buena apariencia para causar una buena primera impresión

**Entrevistador: ¿Que representa algo estético para usted?**

**Entrevistado:** Algo estético es como el cuidado que se le da a las cosas que algunas veces pueden ser banales pero lo estético es como lo bonito lo agradable, lo que se cuida

**Entrevistador: ¿Para usted que es algo agradable?**

**Entrevistado:** Algo agradable es algo que tiene forma, tiene orden, que es bonito, que es simpático, que gusta ver, que llama la atención

**Entrevistador: ¿Qué opina acerca de los estándares de belleza que hoy impone la sociedad?**

**Entrevistado:** Que están muy mal, pues desde hace mucho tiempo como que en la sociedad siempre han puesto ciertos prototipos de personas en cuanto a su aspecto físico, pues ya que la primera impresión se causa por el aspecto físico, entonces está muy parame rizado como el ser delgada , las modelos, si como el estatus social, el estrato todo eso embarca mucho lo que la sociedad ha impuesto y me parece que está mal porque no se le da la libertad o la opción a las demás personas ... Pues que no tienen todos los estándares que la sociedad impone pues para sobresalir

**Entrevistador: ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?**

**Entrevistado:** Pues nada lo que yo pienso primero es la aceptación con uno mismo y entender que uno es diferente a todos los demás y que uno es único ,entonces pues s, aunque es difícil hoy en día con la sociedad por lo que impone , pues es tratar de romper esos

estándares, ósea yo se aceptó como soy , yo me quiero como soy y si tengo cosas que no me gustan trato de mejorarlas y ayudarme a mí misma como para sentirme mejor para sentirme mejor así los demás no lo acepten y no lo vean de la misma manera como yo lo estoy viendo

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Pues la gente se fijan en las uñas de los demás porque pues , pienso que las uñas , uno canaliza muchas emociones de estado de ánimo entonces , la ansiedad , los nervios , es estrés, muchas personas entonces acuden a las uñas, somatizar el estrés y como ese tipo de cosas que se desencadenan y pues las personas a veces no le dan la importancia a la apariencia que realmente muestran las manos , si realmente puede mostrar inseguridad en una persona, que tenga las manos o las uñas no tan bien arregladas

**Entrevistador: ¿Que representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Bueno pues primero cuando yo me veo las uñas arregladas, procuro vérmelas así ósea que estén bonitas y si no las tengo arregladas acudo a mordérmelas o dañarme el manicure bueno entonces procuro tenerlas arregladas. Representa seguridad en mí, representa poder ir a cualquier lugar y no tener pena, no cohibirme, no sentirme insegura de mi misma, si no poder pues mostrar una buena apariencia de lo que soy y de cómo me cuido

**Entrevistador: ¿Que colores son los más llamativos en el decorado de las uñas para usted?**

**Entrevistado:** El rojo, es un color muy llamativo por lo que representa y por lo que las manos se ven más limpias pues pienso que es el color más llamativo

**Entrevistador: ¿El color rojo tiene algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Pues a mí me encanta verme las uñas de rojo porque las manos me las hace ver blanquitas y limpias pues además el rojo es como amor, compasión, no se pienso que es un color que contrasta bonito con los tonos de piel

**Entrevistador:** ¿Cuáles son los decoradas más llamativos para usted?

**Entrevistado:** Los tribales porque traen muchos colores, muchas formas, diferentes figuras

**Entrevistador:** ¿Para usted este tipo de decorados tienen algún significado?

**Entrevistado:** Pues a mí personalmente las decoraciones no son mi fuerte porque mis uñas no son tan largas entonces casi siempre lo hago unicolor pero pues pienso que es por variedad, como por moda

**Entrevistador:** ¿Los colores o los decorados definen su personalidad?

**Entrevistado:** Pues no que la definan específicamente pero pues de alguna manera hay colores con los que yo no me identifico porque me parecen que son muy llamativos muy escandalosos y pues yo más bien soy como una persona recatada y reservada pero pues también depende la ocasión el evento o mi estado de ánimo también lo que los mismo lugares o personas te quieran vender, pues si quiere vender tu producto te van a vender diferente al que usualmente usarías

**Entrevistador:** ¿Qué color utilizaría para un tipo de evento?

**Entrevistado:** Pues si es Halloween si me arriesgaría a un tipo de decoración o con algo llamativo un color naranja que normalmente no usaría en mi diario

En una reunión formal o algo más serio utilizaría un rojo como un vino tinto o una sangre toro

**Entrevistador: ¿Que representa para usted tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** Comodidad pues yo pienso que digamos pues por el lugar donde trabajo y pues por higiene no tengo las uñas tan largas y pues por comodidad porque pues a mí las uñas tan largas se me parten muy fácilmente y son frágiles, pues siempre me estrello me gusta tenerlas más como cortas

**Entrevistador: ¿Qué imagen de persona refleja a través de la forma y cuidado de las uñas?**

**Entrevistado:** Creo que me ven tal como me ven yo, con inseguridad si no las tengo bien arregladas por lo general escondo las manos, yo creo que eso demuestra obvio inseguridad, pues si me las ven bien arregladas pienso que las uñas si dan mucho para pensar de una persona pues es mi cuidado, si uno no se cuida, no tiene quien lo cuide a uno entonces son cosas muy básicas

**Entrevistador: ¿Qué le parece como se decoran hoy las uñas y los colores que utilizan?**

**Entrevistado:** Me parece que hay mucha imaginación en las personas, yo sola no podría hacer todos los decorados que yo veo y pues me parece muy bonitos ósea me parecen muy locos también a veces pero pues es interesante es como una opción que ahora la gente tiene como para cambiar y salir de su rutina también

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail Bar? ¿Y a cuales ha ido?**

**Entrevistado:** Pues fui una vez a uno que se llama Ópalo Nails me fue muy bien tuve un tratamiento como por 4 semanas, debía ir 1 ves a la semana y pues hice un tratamiento de uñas semi permanente pues es un spa para las manos para los pies para las uñas y pues para

las personas que realmente quieran invertir el dinero y el tiempo en hacerlo , son personas profesionales que ya llevan muchísimo tiempo haciendo ese decorado pues que realmente te recomiendan cosas diferentes a lo común en una peluquería normal

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?**

**Entrevistado:** No, la verdad no me ha ido muy bien

**Entrevistador: ¿Alguna de sus amigas?**

**Entrevistado:** Pues alguna vez una amiga se hizo un tratamiento con esmalte permanente y pues las uñas se le debilitaron mucho pero después la ayudaron

**Entrevistador: ¿Cómo llego a conocer los Nail Bar?**

**Entrevistado:** Lo conocí Por Instagram vi la publicación de una niña que hace videos en YouTube y pues ella siempre subía videos de pues las uñas se le estaban arreglando que eran más frágiles que se le partían y pues empecé a seguir la página y alguna vez pase por ahí, entre averigüe y empecé

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención de los Nail bar que ha conocido?**

**Entrevistado:** El estilo ósea pienso que es muy, es una opción, es moda pero su imagen su imagen publicitaria digamos si la manera de hacerse publicidad por medio de las decoraciones, por medio de las fotografías, por medio de las redes sociales, pues son cosas muy modernas y ligadas a la época y a lo que la juventud busca, me parecen muy llamativos, muy acogedores

**Entrevistador: ¿Cuál fue la Youtuber que vio?**

**Entrevistado:** Camila Zuluaga que aparece como metro y un medio

**Entrevistador: ¿Cómo le ha parecido la experiencia con los aparatos tecnológicos que utilizan los Nail Bar?**

**Entrevistado:** Pues en su manera menos manual de hacerlo y más tecnológica, pues con la luz ultra violeta, para hacer precisamente que esos esmaltes pues tengan un efecto diferente en las uñas, sin dañarlas, sin dañar la pigmentación si no que pues se fijen pero que produzcan un efecto de como alimentación para las uñas entonces pues si pienso que es necesario, si no uno iría a una peluquería corriente

**Entrevistador: ¿Cómo es un día en un Nail Bar?**

**Entrevistado:** Pues nada uno llega con muchas expectativas, como con curiosidad y demás, uno no sabe cuánto le van cobrar , pero bueno uno entra se sorprender pues por el lugar obviamente es muy diferente a una peluquería normal, los asientos donde uno pone las manos , el procedimiento, entonces uno llega por lo general piden que uno agende una cita , llega uno donde la persona, se sientan , te desmaquillan, te miran las formas de tus uñas, si te hacen como una análisis ahí , pues te recomienda cosas, te preguntan el decorado te muestran opciones, imágenes, diseños y demás y pues ahí empieza el procedimiento, el procedimiento ya no es tan diferente excepto como por las maquinas que utilizan, pero el procedimiento si es el mismo, como que te limpian las uñas, después te liman, con una lija te quitan pues los restos, después te maquillan las uñas según el diseño que hallas escogido, el secado pues semi permanente o permanente lo que hallas escogido y te hacen muchos masajes, es lo más rico en

la suma nos son deliciosos, y nada después según lo que tu hallas elegido te agendan la siguiente cita te dan recomendaciones

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de este procedimiento?**

**Entrevistado:** Los masajes y los productos, siento que no son productos tan fuertes a pesar de la luz que utilizan para fijar

**Entrevistador: ¿Con qué frecuencia se arregla las uñas?**

**Entrevistado:** Cada 8 días

**Entrevistador: ¿En qué ocasiones?**

**Entrevistado:** Cuando ya el esmalte se está como cayendo

**Entrevistador: ¿En qué ocasiones acude a los Nails Bar?**

**Entrevistado:** Pues es más cuestión de gusto, que me antoje y vaya o cuando tengo una ocasión muy importante y en verdad necesito que mis uñas estén muy bonitas

**Entrevistador: ¿Que recomienda usted para que unas uñas se vean bien y saludables?**

**Entrevistado:** La alimentación es muy importante ese tipo de consejos que nos dan en un Nail Bar , aprender a conocer tus uñas, no todas la uñas son iguales no todas las uñas son igual de fuertes, no todas las uñas resisten los mismos productos que todas , no todas las uñas tiene la misma pigmentación entonces pues yo pienso que es aprender a conocer el cuerpo de uno, aprender a conocer pues sus uñas, lo que uno no puede hacer es meterse los dedos a la boca porque debilita las uñas, saca cueritos y demás , entonces la alimentación como buenos hábitos si digamos uno no tiene le tiempo ni la posibilidad económica para acudir a una

peluquería o un Nail bar, por lo menos uno mismo buscar productos que no sean tan dañinos para el cuerpo y si tienes el removedor corriente limpiarte las uñas, no es bueno dejarse el esmalte pues un mes, por apariencia y por salud y pues uno también en su casa, quien no tiene un cortaúñas , una lima algo para hacerse su propio manicure así sea algo muy simple por lo menos tenerlas limpias

**Entrevistador: ¿Con quién normalmente acude a los Nails Bar?**

**Entrevistado:** Con mis amigas, pues en esa ocasión me acompañó mi mamá, pero por lo general es un plan muy de la juventud

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido el servicio de las manicuristas?**

**Entrevistado:** Pues obviamente ellas son la imagen del bar ósea podrán tener nombre podrán tener youtuber que las promocionan lo que sea pero si tú no recibes una buena atención ni un buen trato con tus manos pues no vas a volver y pues obviamente vas a generar un impacto negativo en la empresa hablo de ópalo y pues pienso que realmente es un buen trabajo que se concentran en su cliente y se entregan a sus clientes y buscan dar un buen servicio a sus clientes pues porque igual es algo que uno está pagando y no es algo tan económico o si no igual para eso iría a una peluquería corriente y ya no pienso que es un buen trato y son profesionales

**Entrevistador: ¿El precio fue lo acorde a lo que recibió? ¿Si valió la pena?**

**Entrevistado:** Si como te digo fue un tratamiento de 4 semanas, y pues el precio lo justifico pues porque mis uñas son más fuertes ya no se me parten tanto ya no se la apariencia es

muchísimo mejor que la de antes siguen siendo corticas pero no tanto no salen cueritos ni tanta cutícula entonces si realmente están mucho más fuerte

**Entrevistador: ¿Hace cuánto se realizó este procedimiento?**

**Entrevistado:** Como hace 3 meses a 4 meses aproximadamente

**Entrevistador: Y para finalizar ¿Usted qué opina el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?**

**Entrevistado:** Yo creo que el arreglo y cuidado de las uñas si hace parte de los estándares de belleza que impone la sociedad porque son detalles que hacen que hacen que te puedas definir como persona de cierta manera, uno a veces simplemente mirando un decorado un color o una arreglo en las uñas podría percibir algo de cierta persona por ejemplo si usa colores neón o colores fuertes uno podría decir que esa persona es muy extravagante o muy amigable , muy social a diferencia si usa tonos más pasteles os e hace un decorado tipo francés porque uno podría decir que es una persona más precavida más guardada, mas sencillita por decirlo , pues por eso considero que si hace parte de los estándares.

## **REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 6**

**Edad:** 22 años

**Ocupación:** Estudiante

**Entrevistador: ¿Qué piensa de como las personas cuidan su cuerpo?**

**Entrevistado:** En realidad yo lo veo como dos punto de vista, unos que ya se van al extremo y otro que realmente se mantienen en su línea porque bueno en la actualidad todo el mundo quiere verse bien, todo el mundo se quiere sentir bien pues en general, en el caso de las mujeres hay muchas cosas detrás de todo lo que una mujer se hace en su cuerpo y como se mantiene para poderse sentir bien.

Ahorita digamos hasta cierto punto no es cuestión de vanidad , si no se podría llamar como cuestión de una necesidad, una necesidad que ha surgido a partir de una influencia social que está ahí constantemente , talvez presionándote a que te tienes que ver bien a que te tienes que ver como las personas quieren verte , porque si no pues se vienen una serie de cosas encima , se vienen maltratos psicológicos y las personas tiene le autoestima en el piso y el ego también , entonces digamos que en este momento es talvez en muchos caso si no el mayoría, una necesidad, ya no solo desde la parte higiénica , de sentirse limpio de bañarse asearse, sino una necesidad como en el caso de las mujeres de sentirse impecables, de estar yendo al salón de belleza a mandarte arreglarte el cabello , a que se te vea todo el tiempo brillante que nunca te veas despelucado , en cuanto a la cara te haces 50 mil mascarillas pues para que no tengas arrugas para que tengas una piel de porcelana.

En cuanto al maquillaje, por si las mujeres desde muy temprana edad, digamos que desde la adolescencia empiezan a usar un monto de productos químicos para maquillarse para sentirse bonitas, para sentirse bien, para cuidar su cara, para cuidar su imagen eso hace parte del cuidado de su cuerpo, digamos que en la parte corporal ya entre digamos, hay dos opciones para tu mantener un cuerpo esbelto como lo quiere la sociedad para que no se vean los gorditos, tener un cuerpo 60 – 90.

Entonces esta por una lado la parte del gimnasio que no comen muchas calorías que ingieren ciertas cantidad de proteínas, también están las mujeres que optan por la parte fácil y porque tiene un nivel adquisitivo alto, se mandan a operar ya si cuidan su cuerpo con prótesis y demás, y se mantienen con eso y hay tras mujeres que les demás perezosas y cuidan su cuerpo con pastas y demás químicos que hacen que tu cuerpo, deje de generar ciertas cosas para que tu cuerpo se mantenga delgado y bonito.

Pienso que estos cuidado en la actualidad las personas son libres de hacer lo que quieran no estoy a favor o en contra de ninguna de las cosas pero digamos que en mi caso yo prefiero ejercitarme comer saludable y evitar cierto tipo de comida para mantenerme bien en cuanto a mi imagen corporal, también digamos en las mujeres, son pocas que no tienen mucho cuidado con sus uñas, lanzando una cifra más o menos el 70 % de todas las mujeres desde adolescentes hasta la 3era edad siempre mantienen sus uñas con esmalte con texturas y miles de cosas para que tus uñas crezcan, se vean atractivas porque también digamos entra mucho como te ven y la mayoría de casos el sexo opuesto le llama mucho la atención como llevas las uñas porque a partir de las uñas del peinado del maquillaje etc.

En la forma en que te expresa y demás, una persona sin decir una palabra se puede llevar una percepción positiva o negativa de ti, digamos que el cuidado de la uñas es de vital importancia , tus uñas hablan de ti y si tú las mantienes , sin cortar , sin limarse o el esmalte a medio caerse digamos que va a generar una impresión demasiada negativo , en general eso estoque pienso de como las personas se cuidan actualmente me enfoco un poco más en la mujer pero el hombre no se aleja tanto de esto porque si nos damos cuenta cuales son los cuidados el hombre en la actualidad son muy parecidos a la mujer , ahorita ya los hombres ya piensa

como se tiene que ver su cuerpo empiezan a ingerir un montón de cosas, empiezan a cuidarse con las comidas , ellos también van a que les arreglen las uñas.

Como también la depilación no solo se ven en las mujeres , ellos van se depilan el pecho y demás partes del cuerpo , que el corte de cabello tiene que ser no sé cómo , vemos hombres que la piel de la cara tiene que estar súper perfecta que son para mujeres pero la vanidad de ellos es súper alta y esto es causa por la misma sociedad y de los grupos sociales que ellos se encuentran porque a pesar de que no es una gran mayoría de los habitantes masculinos que realizan esto pero si es una tendencia de jóvenes adultos se podría decirse.

**Entrevistador: ¿Que representa algo estético para usted?**

**Entrevistado:** Pues algo estético es algo que tú te haces en tu cuerpo para sentiré mejor y que las personas te vean mejor , ya sea desde operación o desde ir al gimnasio o desde ponerte extensiones el cabello o de igual manera mantener tu cabello arreglado las uñas súper impecables , algo estético también puede formar parte el maquillaje que usamos a diario , bueno me refiero al maquillaje con sombra con labial pestañina y demás, algo estético también puede ser , en el caso de los hombres también puede ser la forma como cuidan su cuerpo , las uñas , el cabello , en el caso de las mujeres y ahora se ve mucho en los hombres , mantener su cabello tinturado , súper bonito de otro color eso también hace parte de la estética , también los diseños de sonrisa y demás para tener una sonrisa súper perfecta , yo pensaría que esos elementos son los que más resaltan.

**Entrevistador: ¿Qué opina de los estándares de belleza que hoy impone la sociedad?**

**Entrevistado:** Uy! bueno como decía anteriormente opina que en la actualidad estos estándares influyen sobre ti de alguna manera , ya sea de una gran manera o poca, además son

altísimos , tan altos que hay muchas que se vuelven demasiado normales , ver una mujer operada antes causaba impresión comentarios demás ahorita es demasiado normal, una mujer que utiliza extensiones es como si fuera parte de su cuerpo y nadie dice nada , así tenga algo adherido a su cabello , que un hombre se maquille eso ya es normal , entonces pienso que se ha llegado a tantos limites que ya se vuelven parte de nuestra vida cotidiana y ya digamos que uno se impresiona y todas esas cosas les parecen normal y si como dije anteriormente hemos llegado demasiado lejos como la sociedad en influye y uno también dejarse influenciar sobre esto y no sentirse bien por cómo es naturalmente.

**Entrevistador: ¿Qué hace usted para verse y sentirse bella?**

**Entrevistado:** Bueno yo en realidad considero pues imponiendo con los estándares no voy tan lejos , es como lo normalito , digamos mantengo mis uñas arreglado , me cuido un poco en la comidas trato de no consumir tantas grasas para que la cara no se me brote , para que mantenga pues un poco delgada igual soy des constitución delgada y no me afecta mucho eso , el cabello lo que hago siempre lo trato de mantener planchado y me lo tinturo más o menos cada tres meses y tarto de mantenerme maquillarme diario pues para mantener una imagen , ahorita que estoy trabajando en una oficina y como tú te presentes es como te van a ver , de resto de belleza una que una mascarilla en la cara o el cabello más o menos cada quince días pero no más.

**Entrevistador: ¿Cómo se cuida el cabello y que maquillaje utiliza?**

**Entrevistado:** Me cuido el cabello a causa de que yo me lo tinturo y me lo plancho digamos que el cabello no se va a mantener puntas cerradas y brillo extremo y digamos que empiezo con un zampo que es especial para el cabello tinturado que especial para que no se ponga

amarillo todo feo , cada semana cada 15 días por mucho , me aplico mascarillas no con químicos sino naturales las súper caseritas que con la clara de huevo que con el aguacate cosas así súper naturales porque siento que le hago menos daño al cabello por la tintura y demás , y que maquillaje utilizo ahorita utilizo una pestañina de maybelline los polvos son de Ana María que tiene un poco naturales , la base es de MAC y la otra es de maybelline y los labiales de Vogue, las sombras utilizo y delineador pero no me fijo mucho en la marca.

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Creo que la higiene en las uñas ya se a que las uñas las tienes naturalista y no te gusta mucho pintártelas de colores , de pronto una basecita o algo , o de pronto no uses nada pero tenerlas limpias , bien limadas, bien cortadas o si las vas a tener largas aun es más complicado tener las uñas más o menos del mismo tamaño o mantenerlas con sus cuidados y más , que no se te partan , digamos que creo que es demasiado cierto porque si tú ves a una persona con las uñas mal o que se las come o que tiene le esmalte medio caer , pues va a causar una mala impresión y te vas a llevar un percepción negativa de esa persona.

**Entrevistador: ¿Que representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Ya no es más por una cuestión de vanidad , sino una necesidad , no puedo dejarlas de tener sin un esmalte , no las puedo llevar al natural siento que se me parten las uñas más fácil digamos que para mí es de gran importancia mantenerlas tenerlas bien arregladas y digamos que me parece demasiado divertido , yo me considero adicta a tener comprar cualquier cantidad de esmaltes una gama completa y digamos cada semana hacerme algo diferente en la uñas o ir al salón de belleza que me hagan un figurita o la otra , buscar en

internet imágenes , entonces digamos que si es una necesidad y digamos que también puede ser como un hobbies mantenerlas bien arregladas.

**Entrevistador: ¿Que colores son los más llamativos para usted?**

**Entrevistado:** Bueno digamos que yo tengo un pequeño problema no es quiero que se tome racista o demás pero digamos yo soy de una piel morena, canela como lo quieras llamar y pienso que a mí no todos los colores me quedan bien, de por si los colores que más uso son los colores pasteles mi color preferido de toda la vida es el rosado pues como rosadito pastel un amarillito pastel un lila también digamos colores súper pálidos para hacer el francés, me hago mucho el francés, pocas veces utilizo un rojo un fucsias un naranja neón, porque siento que no van bien con mi piel , entonces creo que influye en que color ponerme y cual me queda mejor.

**Entrevistador: ¿Los colores tienen algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Pues bueno no sé, pienso que en general como son los pasteles pueden significar tranquilidad, pureza inocencia, ternura y creo que esos colores significan eso para mi

**Entrevistador: ¿Que decorados son los más llamativos para usted?**

**Entrevistado:** Para responder esta pregunta antes debo decir que me considero una persona demasiado o un poco recatada y por eso digamos las decoraciones que me gustan son pocas llamativas a la vista de las persona es decir sin utilizar colores pues tan potentes , el francés como tipo de decoración las rositas , me encanta o todo tipo de flores, me gustan ahorita que se usan como tipo de triangulitos , o decoraciones adicionales que son unas pepitas que

sobresalen de la uña , que se pegan una a una , esas me parecen súper lindas o de pronto si quiero ser un poco más atrevida , una uña de otro color o algo más brillantico , o digamos que también para esta época mandarme hacer cosas que tenga que ver con la época del año o sea digamos navidad que me hagan decoración alusiva a esta como un arbolito pero súper delicado ni con demasiadas cosas

**Entrevistador: ¿Entonces diría que los decorados y colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Uy! totalmente a partir de lo que hago puedo expresarme muchas cosas de mi personalidad digamos como te decía los colores pasteles definen muchas cosas de mi personalidad y las personas se pueden dar cuenta de eso, digamos en los decorados se pueden dar cuenta que soy una persona recatada que no me gusta pues como mostrarme mucho, tal vez es más o menos como eso.

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** Pienso que de alguna manera digamos el que una persona lleve las uñas largas o cortas puede definir parte de su personalidad, ya hablando de mi yo siempre las utilizo cortas no porque no me guste tenerlas largas , sino porque tengo un leve problema en las uñas y no me crecen por eso prefiero tenerlas cortas y bien cuidaditas y de pronto dejármelas crecer y que se vean mal arregladas , si pienso que puede representar cosas , por ejemplo tú ves a una mujer de uñas largas y puedes pensar que es como lanzada como apasionada , no sé hasta con carácter más bien una mujer con uñas cortas puede ser una mujer recatada, no sé y de pronto mayor porque las personas jóvenes las tienen largas y bien cuidadita.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Pues ante todo una higiene impecable como segunda medida, no sé una persona que tenga las uñas arregladas me puede demostrar que es una persona que piensa en sí misma, que le gusta mantenerse bien que es una persona profesional y tal como es con las uñas puede ser tan cuidadosa en el ámbito profesional o estudiantil puede ser tan cuidadosa con los trabajos que realice a diario

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y se arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** Pienso que detrás de todo esos salones que arreglan las uñas o incluso si uno mismo se las arregla, pienso que eso se volvió un arte o sea porque uish es increíble todas las cosas que te pueden hacer en una uña tan pequeña y que queden tan perfectas, pienso en realidad es un arte que muchas personas lo valoran o como muchas otras no le prestan atención, pienso que es un arte que es creatividad, delicadeza, profesionalismo, porque no es nada fácil hacer esas cosas.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail Bar?**

**Entrevistado:** Bueno a pesar, soy sincera de que yo no voy cada ocho días ni cada 15 días , si trato de ir en una fecha especial o acompañar a una amiga o porque tengo el dinero suficiente en la cuenta voy a darme pues es gustico porque en realidad , este lugar a ti te ofrece algo más que el arreglo de las uñas , este lugar te ofrece una experiencia total por el ambiente por los colores que usan , ósea estas dos niñas empresarias que empezaron con es el lugar realmente tuvieron una idea de negocio increíble porque te hacen sentir cómoda , como en tu casa te consiente, te hacen sentir súper femenina exactamente por los tipos de muebles y los colores

de las paredes, de la atención que te brindan , no es que alguien pase y te vean arreglándote las uñas de los pies entonces en realidad ha sido una experiencia demasiado positiva por eso digo que si tengo el dinero estoy dispuesta a ir a este tipo de lugares porque salgo tranquila , con unas uñas perfectas, me hacen sentir como en casa

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna mala experiencia en estos lugares?**

**Entrevistado:** No para nada, no tengo nada negativo que decir al contrario tengo demasiadas cosas positivas por decir al respecto o sea que cada vez que tengo la oportunidad trato de invitar amigas y demás que si en realidad es una experiencia demasiado agradable

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer estos lugares?**

**Entrevistado:** Pues fue curiosos porque yo recuerdo que hace un tiempo pusieron uno chía, fuera de Bogotá y digamos que siempre tuve como la curiosidad pero jamás entre allá, fue hasta que un día una amiga que es súper apasionada y creo que ella me prendió la maña de tener las uñas súper bonitas, porque pues le encante tener las uñas en perfecto estado todo el tiempo y eso si siempre se la pasa yendo allá, y pues un día me invito y me quedo gustada y por eso volví.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención de estos lugares?**

**Entrevistado:** A parte de la atención que estas mujeres tienen, la decoración los muebles que utilizan son colores demasiado llamativos, son fucsias algunos estampados de blanco y negro,

hacen ver el lugar pues con status elegante y así mismo lo hacen sentir a uno, importante, esos detalles son los que me han causado mayor impacto

**Entrevistador: ¿Usted alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?**

Entrevistado: Pues lo que me acuerde solo una vez y de hecho, tome algo una bebida pero realmente hace un tiempo ya, eso sí es bastante kiut, bastante cool, lo sirven en una copita, súper refinada entonces uno se mete en el papel, entonces mejor dicho era como una especie de coctelito con colorcitos bonitos y todo

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos con los cuales decoran hoy en día?**

**Entrevistado:** Es curioso porque digamos dependiendo la técnica utilizan un pincel o un aparato diferente entonces digamos que es súper chévere es una experiencia buena y ha sido positiva porque me he encontrado con cosas que nunca imagine que existieran digamos los aparatos que imprimen ya el diseño de la uña y eso, entonces súper genial

**Entrevistador: Cuénteme ¿Cómo es un día en un Nail Bar?**

**Entrevistado:** Voy a contar más o menos un día que yo fui que me hicieran varias cosas a la vez , yo llegue en la mañana ese día primero empezaron por mascarillas faciales , primero pusieron era como de color piel y me la demoraron un buen rato y mientras tanto me estaban haciendo pedicura, ya luego cuando terminaron con lo de la cara me arreglaron el color del cabello me lo cortaron y me lo cepillaron , y seguí de eso me arreglaron las uñas y me maquillaron precisamente porque iba para un evento formal , me gusto todo porque le arreglo

de las uñas iba de acuerdo con las uñas , quede supe encantada y la piel me quedo súper suave.

**Entrevistador: ¿Cómo es el arreglo de las uñas exactamente?**

**Entrevistado:** El manicure primero yo la llevaba pintadas me las desmaquillaron , me las limaron , me la pasaron por las encima de las uñas para quitar las estrías de las uñas que son unas líneas que aparecen , luego me las metieron en una vasijita con agua , con bolitas de colores que cuando entran en el agua se agrandan , después saque las dos manos me quitaron excesos de cueritos me quitaron la cutícula , ya luego me las hicieron bañar bien con un cepillito y eso , me las seque empezaron aplicando una base en todas las uñas, seguido de esto me pusieron un esmalte súper rosadito y más encima otro de otro color , luego me hicieron unas rayitas en las uñas y en el dedo de corazón , me hicieron una figurita y finalmente me aplicaron una capa de brillo y una cremita súper suavcita en las manos y ya más o menos ese fue como el proceso

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** Pues obviamente aparte del resultado final , me encanta el momento en que me aplican como una cremita arenosita que le hacen unos masajitos antes de bañarse las uñas , creo que ese es el momento que más me gusta

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia se arregla las uñas?**

**Entrevistado:** Bueno pues en ese tipo de lugares más o menos cada mes, el manicure me dura de una semana a dos y el restante yo soy la que me las arreglo, pero siempre las llevo arregladas

**Entrevistador: ¿Qué es lo más recomendable para mantener las uñas saludables y que se vean bien?**

**Entrevistado:** Lo más recomendable siempre aplicarte aceites especiales para las uñas para que te permanezcan fuerte y adicional si te las vas a pintar siempre reutilizar una base que tenga un tipo de vitamina para que siempre se mantengan saludables

**Entrevistador: ¿Cómo Le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?**

**Entrevistado:** Súper bueno o sea que son amables que tú les puedes dar opiniones de lo que tú quieres y ellas te dicen lo que ellas opinan y además lo que está en tendencia que es mejor, de qué tipo de uña te queda mejor para poderla limar, creo que ese es uno de los puntos más fuertes que tiene esos lugares y que de alguna manera pueden atraer más a la gente

**Entrevistador: Y para finalizar ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?**

**Entrevistado:** Si claro sin duda porque digamos las tendencias y al moda de como tu llevar la uñas de alguna manera pienso que la misma sociedad es la que las impone entonces muchas niñas para estar a la moda se arreglan las uñas de cierta manera y entonces si estoy totalmente de acuerdo con que la afirmación, además lo que yo te decía en un comienzo que a partir de como tú ves las uñas de una persona te das cuenta de una imagen y de cómo puede llegar a ser una persona.

## REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 7

**Edad:** 21 años

**Ocupación:** Estudiante de mercadeo

**Entrevistador:** ¿Qué piensa acerca de cómo las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Pienso que como personas y seres humanos debemos cuidar nuestra apariencia física caminando, realizando ejercicios y pues de una forma sana y que sea frecuente para tener una vida más saludable.

**Entrevistador:** ¿Que representa algo estético para usted?

**Entrevistado:** Algo que va hacia la imagen, hacia la presentación, hacia mantenerse como arreglado y alguien que se preocupa como por su imagen y por su impresión y la forma en que se arregla.

**Entrevistador:** ¿Cómo hace usted para verse y sentirse bella?

**Entrevistado:** Comer más frutas, más verduras, menos dulces, menos paquetes y hacerme mascarillas de pepino, de fresa, de avena con leche.

**Entrevistador:** ¿Cómo se cuida el cabello y que maquillaje utiliza?

**Entrevistado:** Para el cabello uso mi zampo de aguacate que es bueno es de marca Meissy y lo es más que todo como de productos verdes y le da brillo; después de aplicarme zampo me lo lavo y me echo uno que es como una crema para peinar y me la aplico de la mitad del cabello para abajo y después me baño y salgo de la ducha y me echo dos góticas de una crema que es para desenredar el cabello, es de oriflame y eso es como lo que más hago para el

cabello; ya así cuando está muy seco me hago como remedios más que todo de sábila para que me lo humecte.

En cuanto al tipo de maquillaje pues mis bases, mi bloqueador, las sombras y pues esto lo hago fue porque empecé a entrar a trabajar a un hotel y comencé a preocuparme más por mí y porque era un requisito para estar aquí, de arreglarme y mantenerme más de acuerdo a la forma en cómo me visto.

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Pues que es cierto, pues también dicen que cuando uno se mira las uñas, cuando uno está en una entrevista lo primero que miran son las uñas porque es como la forma en cómo se escribe... bueno eso dicen pero las mías son muy corticas.

**Entrevistador: ¿Qué representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Bueno para mí representa arreglarme las uñas la presentación personal, para mí es fundamental, desde muy chiquita me arreglo las uñas y para mí eso es el primer impacto que yo tengo con una persona, pues obviamente es el cabello, las uñas y los zapatos pero primordialmente las uñas.

**Entrevistador: ¿Qué colores son los más llamativos en el decorado de las uñas; tiene algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Para mí los llamativos son el rojo, el francés o sea todos los colores en francés, para mí significa el francés pues como da como la presentación de uno personal, es como un toque no de elegancia sino más formal y el rojo es para mí significa para ir de pronto a una reunión pues el rojo es un color clave.

**Entrevistador: ¿Qué decorados son los más llamativos?**

**Entrevistado:** En cuanto a las decoraciones me gusta que me hagan mariposas, una vez me mande a hacer un ojo en los dedos (anular), también me mando a hacer flores, ojos y como mis uñas son chiquitas no alcanza pues el paisaje y corazones; también me gustan los esmaltes que son escarchados, los que tienen relieve.

**Entrevistador: ¿Los decorados y los colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Si los colores lo definen a uno como persona porque o eso también va en la personalidad digamos que colores escoger y en qué ocasiones porque no todo el mundo piensa que de pronto el rojo sea elegante o el francés sea elegante, muchos pensarán de pronto que es el negro, un azul o colores neón que pues también es respetable pero si pienso que los colores demuestra la personalidad, o sea de pronto el gusto, o si es atrevida entonces los colores que uno usa o sea elegante, o más contemporánea entonces depende del color se refleja mucho la personalidad, como los neones y las decoraciones de cómo es uno como ser humano.

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** Yo las prefiero cortas, las uñas largas me parecen como desaseadas no sé, cuando uno tiene las uñas muy largas, quíeralo o no por más de que uno se lave las manos y todo siempre hay como mugre o cosas así, yo las prefiero toda una vida cortas o sea para mí representa mucho la personas que las tengan cortas.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** La imagen que se refleja cuando las personas se arreglan las uñas es una imagen de preocuparse por sí mismos, también de aseo, de limpieza más que todo en la presentación personal sigo insistiendo.

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** Pues es algo muy creativo, ahorita la decoración de uñas se ha vuelto muy innovador, algunos si son como muy excesivos, extravagantes digamos como colgarse cosas de las uñas o ponerse dijes muy grandes pero en sí me parece que últimamente están manejando la decoración de las uñas hacia la creatividad, eso en cierta manera es bonito o sea algunas decoraciones... yo personalmente nunca me las decoro pero hay decoraciones que se ven muy lindas.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail bar?**

**Entrevistado:** Opino que es un experiencia chévere en los nails bar puedes ir a arreglarte las uñas, a pulírtelas bonitas y de paso pasar una tarde chévere con tus amigas, o con tu mama o con tu abuela y te tomas algo, es algo como de generar experiencias no solo de arreglarte las uñas y que te dan un tinto sino ir a un lugar donde te tratan bien, ponen música y no escuchas como las típicas conversaciones de las señoras que se están arreglando las uñas en un salón convencional.

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa en estos lugares?**

**Entrevistado:** No he tenido experiencias negativas.

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer el Nail bar?**

**Entrevistado:** Pues los conozco porque mi tía y mi prima se arreglan mucho las uñas acá en Bogotá y pues ellas miraron por Facebook más o menos el lugar y comenzaron como a leer los comentarios, fueron y después me invitaron que era muy chévere que la pasaba uno bien y de paso que era tarde chévere y a la vez te arreglas las uñas que es algo que compartimos las tres.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

**Entrevistado:** Me llama la atención digamos como están ubicadas las sillas, las personas, la atención, el merchandising que manejan, exhibición, como le dan prioridad a los clientes y que es cómodo a comparación de muchos lugares que uno ha ido cerca a la casa y que no se siente uno como muy cómodo, entonces hay como un espacio más de relajación y como me gustan los colores y como el merchandising que manejan.

**Entrevistador: ¿Alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?**

**Entrevistado:** Hemos pedido unas copitas de champagne.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que hoy en día decoran las uñas?**

**Entrevistado:** En cuanto a los aparatos digamos las máquinas para que coloque los pies, todo es como muy diferente a los otros lugares porque te dan un trato diferente, te atienden todo y te dan como mayor prioridad y te sientes como en un ambiente de relajación como una especie de spa para manos y pies y a la vez que la pasas bien entonces tienes como la unión de salir con unas amigas y de paso arreglarte las uñas entonces es como una mezcla muy buena.

**Entrevistador: ¿Cómo es un día en el Nail bar?**

**Entrevistado:** Suelo ir digamos en las tardes por tiempo y por disposición con mis primas o con mi tía entonces es más fácil, entonces me toca ir pedir digamos a veces no se depende del día, si está haciendo frío si está haciendo calor una bebida digamos pues de acuerdo al clima y pues me gusta que me consientan las manos, que me arreglen tanto en manos y pies el manicure y pues pasar una tarde como de chicas.

**Entrevistador: ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Si llevo las uñas pintadas me las desmaquillan, bueno traen como una tasita un recipiente con agua calientica para que las uñas se vayan ablandando los cueritos y las deja ahí por un tiempo, después la señora comienza a correr la cutícula, quitar los cueritos uña por uña, después me las lima y ya cuando están bien limpias coge un exfoliante y me echa en las manos y hace masajes circulares, después ya me las lava y me comienza pues a hacer el manicure con los colores que yo le diga y la decoración que escoja, ya cuando al finalizar todo pues aplica el esmalte, el brillo, me da una crema humectante que huele muy rico.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?**

**Entrevistado:** Que es muy especializado, las uñas y todo queda muy bien, atención te tratan mejor dicho como un rey, te atienden y te sientes como en un lugar totalmente diferente a las peluquerías que solía ir.

**Entrevistador: ¿Con que frecuencia se arreglas las uñas?, ¿Qué es lo más recomendable para que las uñas se vean bien y saludables?**

**Entrevistado:** Yo me las arreglo cada 8 días y lo mejor para mantenerlas saludables es el endurecedor de la química alemana que ese las mantiene fuertes, nutridas y les da un brillo muy bonito, el endurecedor es bueno, muy bueno en serio.

Al Nail bar vamos como cada 6 meses, además es muy costoso ir a estos lugares entonces aparte que casi se paga el doble hasta el triple en el lugar a otro lugar en el que te arreglas las uñas y pues se sabe que tiene el valor agregado en cuanto a la presentación, a lo que ofrecen al servicio, la atención y un ambiente más como de amigas y más comodidad a comparación de otros lugares, entonces si cada 6 meses.

**Entrevistador:** ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?

**Entrevistado:** El servicio es bueno porque tienen digamos la técnica para mantener las uñas bonitas, para exfoliarlas, para humectarlas y todo y pues e muy chévere pues esta experiencia.

**Entrevistador:** Y para finalizar ¿Usted opina que el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?

**Entrevistado:** Yo creería que si porque digamos uno muchas veces dicen que cuando presenta una entrevista lo primero que le miran son las uñas, en cuanto a la imagen que uno tiene es como la marca personal que está vendiendo entonces en la forma de vestirse, en la forma de tener el cabello y en este caso pues las uñas si, pues no tenerlas pintadas en una totalidad pero si mantenerlas limpias que no tengan mugre, que estén pues en orden y pues siempre habla mucho de la imagen de las personas y también al comerse las uñas demuestra otras cosas.

## REGISTRÓ ENTREVISTA PARTICIPANTE 8

**Edad:** 20 años

**Ocupación:** Estudiante

**Entrevistador:** ¿Qué piensa de como las personas cuidan su cuerpo?

**Entrevistado:** Pienso que hay dos maneras de cuidar el cuerpo una de ellas ya sea en la comida otra es más estético y otro es el complemento como la vida fitness, en la comida es más como que no comes comida chatarra porque tiene cierto nivel de colesterol te hace daño y prefieres comer ensalada, suplementos de alimentos , ya no quieres gaseosa si no agua , buscas ese complemento de ayudar a tu cuerpo de ingresarle más alimentos sanos , ya respecto a lo estético puede ser con cirugías plásticas , que no sé, qué tienes subidita de peso en tal lado hagamos una cirugía pues en un estética, mascarillas , que masajes reductores, el complemento por ejemplo que te hayas hecho una cirugía estética y de un momento a otro te tienes que cuidar para que se vea el resultado de la cirugía ir a gimnasios.

Por otra parte es que ya no necesitas cirugías si no que adaptas ese estilo de vida , comes sano , haces ejercicio, pienso que es una forma muy superficial hasta cierto punto hay un límite que después de pasar ese límite es muy superficial de seguir unos estereotipos que te lo da la misma sociedad , una publicidad pero también como es hora de cuidarnos es nuestro cuerpo , el cuerpo es un monumento y la forma de agradecerle es con el movimiento , comer bien porque pues de alguna manera los años pasan y entre más de cuides puedes tener una vejez más saludable o solo sentirte bien pero siento que si existe un límite por lo que les digo , que después de eso para mí se vuelve muy superficial , creo que depende de cada percepción de

las personas porque para mí puede ser un límite para ellos no , también pienso que es cuestión de salud pero también tiene un poco de vanidad.

**Entrevistador: ¿Que representa algo estético para usted?**

**Entrevistado:** Vanidad, pienso que vanidad con algo de salud pero va más por el lado de vanidad se me viene a la cabeza de una vez una estética una persona que te ayuda entonces es algo que necesitas una persona, un tercero que te ayuda ya sea con una masaje con algo fácil, algo más vanidoso como algo que la gente te diga te ves bonita

**Entrevistador: ¿Qué opina de los estándares de belleza que hoy impone la sociedad?**

**Entrevistado:** Bueno pienso que han mejorado porque de alguna forma antes se buscaba que las modelos tuvieran ciertas medidas, que fueran así , que tuvieran el cabello así, ósea muy plástico , que las medidas tenían que ser así , que tenían que ser flaquitas , no podían tener busto , nada de cola , muy plástico pienso yo y siempre tenía esa línea de todas ser así , Hoy en día pienso que se ha tenido una tolerancia respecto a cómo somos, todos somos diferentes tanto hombres como mujeres , hay personas flacas gruesitas ,gordas , pero hoy en día la industria ha ayudado que ellos te involucren y puedan tener un espacio en la sociedad

¿A qué me refiero? , ahorita tú ya ves modelos de talla grande , que son hermosas solo es cuestión de que el cuerpo es diferente y tiene una contextura diferente porque antes eran demasiado flacas, también vimos el cambio de las barbies, llevaban ese prototipo del principio , ahora se encuentran barbies que muestran la realidad del cuerpo del promedio , los hombres igual antes debían ser así y así y nada ahora ves modelos muy flacas y modelos muy musculosas , también puedes ver modelos que por ejemplo la que trabaja en desigual que tiene la piel como manchada , está imponiendo eso es como para mí , hemos logrado tolerar

eso , mirarla diversidad que tiene la sociedad que tiene personas flacas , gruesitas , altas, pequeñas.

Se está logrando la aceptación, todavía falta pero empezar es un gran paso , como esas personas se están involucrando en los medios , modelos de talla grande , ya no hay como esa discriminación , es bueno que haya empezado porque uno se debe aceptar como es y no guiarse por algo y más si ese estándar que impone la sociedad es algo que no puedes hacer o que puede generarte problemas sociales porque no me parezco a tal modelo , me gusta porque la sociedad está abriendo las puertas a la diversidad

**Entrevistador: ¿Qué hace usted para verse y sentirse bella?**

**Entrevistado:** Me aliso el cabello , me aplico rímel , me aplico cierto color de sombra que siento que me queda bien , me compro , mi cuerpo no es totalmente flaco , me compro ropa que me sienta que me quede bien , que me guste , por lo general me pongo caimán , me pongo medio cabello, lo importante es que me vea al espejo y me sienta bonita , los fines de semana me hago mascarillas en el cabello , en la piel me hago mascarillas , voy y me arreglo las uñas , me hago las cejas, porque siento que hace verme bonita.

**Entrevistador: ¿Cómo se cuida el cabello y que maquillaje utiliza?**

**Entrevistado:** Me cuido el cabello ya sea aplicándome mayonesa que fue algo que desde chiquita mi mama me hacía yo también voy a salón de belleza para que me hagan tratamientos de rehabilitación para el cabello y nutrición, bueno respecto al maquillaje utilizo muchas cosas, en base utilizo una que se llama maybelline, el rímel es de esika, los polvos son de anamaria que tiene protección y son de arroz y labiales es de Avon

**Entrevistador: ¿Qué opina de este refrán?: “Dime que uñas tienes y te diré quién eres”**

**Entrevistado:** Uy! totalmente cierto, por lo general, no lo estoy hablando de si las tiene uñas largas o pequeñas porque en eso influye mucho la forma de la uñas o si se quiebran, pero no hay excusa si tienes las uñas cortas o largas para no cuidarlas entonces es cuestión refleja tu cuidado, lo que tú te cuidas, no importa de qué tamaño sea la uñas

**Entrevistador: ¿Que representa para usted arreglarse las uñas?**

**Entrevistado:** Representa cuidado, belleza, ser mujer

**Entrevistador: ¿Que colores son los más llamativos para usted?**

**Entrevistado:** Para mí son llamativos no puedo decir oscuros ni clarito, me gusta el rojo, el rosa francés, el morado, esos son los que más me llaman la atención

**Entrevistador: ¿Estos colores tienen algún significado para usted?**

**Entrevistado:** Pues mira pensándolo bien si, por lo general mi mama usa mucho el francés y el color rojo, tengo como de pequeña verla con las uñas pintadas de rojo, el morado es porque me gusta el color, entonces pienso que si tiene ese significado para mí.

**Entrevistador: ¿Que decorados son los más llamativos para usted?**

**Entrevistado:** No son los clásicos pero tampoco los más extravagantes, me gustan que yo lo veo y me parezca bonito con un toque simple, un toque delicado, no me gusta ponerme cosas locas, colores fuerte no, no decorados locos, lo delicadito me gusta más, que yo lo vea y se vea lindo ósea como decirlo me gusta que mis uñas no llamen la atención por lo decorado ni colores, si no que se vean delicadas

**Entrevistador: ¿Para usted los decorados y colores la definen como persona?**

**Entrevistado:** Pienso que la persona que tiene decorados fuerte y colores fuertes muestran su personalidad que muestra que son no extrovertidas, que les gusta eso, definitivamente si, la gente que le gusta el color negro que es más cerrada ósea que si los colores definen a las personas

**Entrevistador: ¿Para usted representa algo tener las uñas largas o cortas?**

**Entrevistado:** No pienso que aunque tener las uñas largas te hace sentir mujer, te representa más como mujer, pero no creo que interese si son largas o cortas lo importante es que estén arregladas eso es algo que simboliza mucho en una mujer, sus uñas.

**Entrevistador: ¿Qué imagen se refleja a través del cuidado y arreglo de las uñas?**

**Entrevistado:** Limpieza, como decirlo , no refleja descuido , ser mujer , ser femenina , pero ante todo , que es una mujer que se cuida , que le gusta verse bien , ya que pienso que las uñas arregladas, es un accesorio mas

**Entrevistador: ¿Qué opinión tiene acerca de cómo decoran y se arreglan las uñas hoy en día?**

**Entrevistado:** Pienso que ahorita la decoración de uñas se volvió como un arte pienso yo, ya no es solo como el esmalte, son más detallitos, por lo general se busca que se vea más delicadito, se a lo que se ha, delicado en los detalles a la hora de decorar, la línea, como si tu estuvieras plasmando una pintura, un arte que refleje algo, me encanta como están decorando, ya que no lo hacen tan plano te da un estilo, algo que te puede identificar.

**Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia en los Nail Bar?**

**Entrevistado:** Bueno en este tipo de lugares mi experiencia ha sido buena, no he tenido malas experiencias en nada, me ha gustado bastante porque de alguna manera es algo diferente una experiencia que te gusta , que te sienta especial , que sientes que , que única , te sientes mujer, como si fueras a un spa , que te estás cuidando, que estás haciendo algo por ti y nada ante todo ha sido un espacio para mí , para ser mujer sentirme más mujer , cuidarme , muy buena la experiencia , este lugar no es solo para arreglarte las uñas , es donde el servicio al cliente que te ayuda que te hace sentir única , especial y ya como cuidarte pero si cuidarte , sentirte mujer , que sales bonita, que sabes que si vas halla vas a tener variedad de estilos , de decoración , porque están especializados en esto , que te consientan ,que te mimen , que te den tus caprichos un buen lugar para las mujeres.

**Entrevistador: ¿Ha tenido alguna mala experiencia en estos lugares?**

**Entrevistado:** No como dije antes no he tenido una mala experiencia, siempre han sido buenas.

**Entrevistador: ¿Cómo fue que llego a conocer estos lugares?**

**Entrevistado:** Yo conocí estos lugares por medio de Instagram puesto que yo veía fotos de personas famosas poniendo las uñas las decoraciones, comencé a seguir la cuenta de Instagram, lo conocí por medio de redes sociales tuve la oportunidad de ir y de alguna manera confirme que era real, que trabajaban súper bien porque de alguna manera tú en redes sociales sientes desconfianza, me fue súper bien y los empecé a recomendar, me pareció súper bueno.

**Entrevistador: ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención de estos lugares?**

**Entrevistado:** Bueno como dije antes , me gusta que te hacen vivir una experiencia todo el mundo sabe que te vas a pintar las uñas pero tu escoges estos lugares porque te sientes especial , te sientes que te consiente , mimando , porque sencillamente podías ir a la peluquería de barrio, entonces tú vas allá y sabes que te consienten, te preguntan como están , te muestran diferentes tipos de manicure , prototipos , imágenes , mirar si quieres eso o no , también te ofrecen más que pintarte las uñas , por lo general te ofrecen galletas, que si quieres un vino, ósea tiene una acompañamiento de eso, hace que no se vuelva más como pintarse las uñas , se vuelve algo más ,a otro nivel , que te hace sentir especial , que te hace sentir única la verdad

**Entrevistador:** ¿Alguna vez ha comido o tomado algo en estos lugares?

**Entrevistado:** Si la primera vez que fui tuve la oportunidad de comer un cupcake que me dieron por ser la primera vez que iba , y en otra oportunidad que fui con mi familia pedimos como decirlo, como una comida para todos , como habían niñas chiquitas le dieron galleticas, ya nosotras por decirlo las personas grandes nos dieron vino rosado

**Entrevistador:** ¿Cómo ha sido su experiencia con los aparatos que decoran hoy en día?

**Entrevistado:** Pues nunca he utilizado una maquina siempre me lo han hecho a mano con los pinceles y súper bien y me he dado cuenta que hay pinceles para todo tipo de decoración entonces creo que eso facilita más a la hora de hacer diseños ,que son más delicaditos que son más de detallitos , han sido buena la experiencia no me han quedado mal los diseños por x o y motivo , no , me ha ido súper bien con eso , no he probado nunca lo de las maquinas me gusta más con la manicurista , y no sé cómo será el diseño con las maquinas

**Entrevistador:** Cuénteme ¿Cómo es un día en un Nail bar?

**Entrevistado:** Bueno un día de un nail bar, al principio , bueno pues te voy a contar toda la experiencia, por lo general tú tienes que pedir una cita nunca me he topado con lugares que tengas que pedir la cita una semana o dos semanas antes, por lo general si tu pides la cita un lunes a más tardar te la estarían programando para el miércoles o jueves , entonces ante todo la cita , entras , inmediatamente todo el mundo te saluda, llegas dices como tengo una cita mi nombre s tal está a nombre de tal, inmediatamente te hacen seguir te sientan en tu silla y te comienzan a preguntar cómo estas como te ha ido , que le cuentes un poco de tu vida para entrar un poco en confianza, ya después inicia todo el proceso de las uñas, te quitan el esmalte , te limpian las uñas, te aplican creo que es una aceite para hidratar las uñas, te hacen limpieza general , te comienzan a decir que diseños deseas, dependiendo del sitio , te muestran diseños en fotos que han publicado , o en otro sitios te muestran los prototipos de las uñas , te dan las opciones y los colores que pueden escoger, que lo adaptes a tu personalidad a tus gustos, ya cuando estás en la mitad del manicure te empiezan a decir si quieres algo de comer algo de beber, que por lo general te ofrecen al de comer y después de todo eso , te terminan de hacer las uñas, agradeces y ya , obviamente yo te cuento la experiencia y tú dices como WOW cuál es la diferencia ,e s más cómo te sientes la experiencia , eso que te hace sentir única , algo más que arreglarse las uñas , de aplicarse un esmalte, es más como tú te sientes en la atención , de cambiar tonos , los diseños , te hacen sentir especial te dan el poder de escoger eso.

**Entrevistador:** ¿Cómo comienza el arreglo de las uñas?

**Entrevistado:** Pues primero que todo te aplican quita esmalte , que quede la uñas totalmente limpia, luego te comienzan a limar las uñas y ya después de limadas , claro está en la forma que quieras cuadrada ovala , modo esmeralda, entonces después de eso te aplican un aceite , luego la sumerges en un envase lleno de agua , es agua tibia o caliente , las mantienes más o

menos 3 minutos no me acuerdo exactamente el tiempo , después se sacan la mano te comienzan a quietar los cueritos , te quitan todas las impurezas, después te aplican un exfoliante para quitar todo esto, te las lavan y luego ya te comienzan aplicar una base a las uñas de ajo o endurecedora que es para fortalecerla y ya te aplican el esmalte que tu desees con tu diseño y ya por ultimo brillo y crema.

**Entrevistador:** ¿Qué es lo que más le gusta de todo el procedimiento?

**Entrevistado:** Lo que más me gusta es cuando ya la uña está limpia, antes de aplicarte el esmalte, tú sientes las uñas limpias, lisitas, no sé, se siente muy chévere tenerla así, limpiecitas, limaditas, eso es lo que más me gusta

**Entrevistador:** ¿Con qué frecuencia se arregla las uñas?

**Entrevistado:** Por lo general me las arreglo cada 15 días dependiendo como estén las uñas, no me gusta tener el esmalte levantado, no, entonces por lo general veo que se está levantando me mando hacer las uñas o sencillamente me lo quito pero lo general son 15 días

**Entrevistador:** ¿Qué es lo más recomendable para mantener las uñas saludables y que se vean bien?

**Entrevistado:** Lo más recomendable es dejar un tiempo que las uñas descansen del esmalte, que descansen por lo menos 2 semanas sin esmalte para que no se vuelvan amarillas y evita el contacto con la saliva ya que eso perjudica mucho la uñas, si tienes un esmalte ante todo evitar quítatelo con la uñas con la boca, quitártelo con un buen quita esmalte un quita esmalte que te aporte no se aloe vera algo para las uñas, creo que eso es lo más recomendable.

**Entrevistador:** ¿Cómo le ha parecido el servicio de las manicuristas de estos establecimientos?

**Entrevistado:** Me ha parecido muy bueno son muy cuidadosas con las uñas, a la hora de limpiar son muy cuidadosas, claro está algunas son más conversadoras que otras pero de esto me han parecido muy bien, son muy delicadas se nota que saben hacer su trabajo y que les gusta

**Entrevistador:** Y para finalizar ¿Usted qué opina el arreglo y cuidado de las uñas hacen parte de los estándares de belleza que la sociedad impone?

**Entrevistado:** Mira pienso que la sociedad no ha impuesto eso , en la sociedad valga la redundancia, pienso que es mas de nosotras, de las mujeres puesto que tenemos muchos aspectos físicos que nos identifican como mujeres y eso es uno de ello , son nuestras uñas y pienso que va en nosotras en tenerlas arregladas n en tenerlas limpias pero hasta ahorita se está imponiendo , no el cuidado de las uñas, si no los modelos , los estilos, la forma de hacer el manicure que esta de tal color , que hacerlas de tal manera pero pienso que arreglase las uñas no la impone la sociedad si no que pienso que es algo más de cuidado de higiene.

