

Universidad Santo Tomás

Facultad de Diseño Gráfico

Trabajo de Grado

Construcción de identidad visual para el posicionamiento del emprendimiento de extensiones de pestañas Lash By Valeria

Tiffany Valeria Julio Angarita

Bogotá D.C.

2026

Tabla de contenido

Dedicatoria	4
Agradecimientos.....	4
Introducción	5
Resumen	7
Planteamiento del problema	8
Justificación	10
Marco teórico	10
7.1 Identidad visual como sistema estructurado	11
7.2 Comunicación visual y percepción estética	12
7.3 Construcción de marca y experiencia del cliente	14
7.4 Imagen personal, bienestar y estética.....	15
7.5 Identidad visual en entornos digitales.....	16
7.6 Diseño gráfico como herramienta estratégica	18
8. Marco metodológico	20
8.1 Enfoque de investigación	20
8.2 Tipo de investigación.....	20
8.3 Método de investigación	21
8.4 Técnicas e instrumentos	21
9. Modelo de negocio (CANVAS)	21
9.1 Segmentos de clientes	22
9.2 Propuesta de valor	22
9.3 Canales.....	22
9.4 Relación con los clientes	23
9.5 Fuentes de ingreso.....	23
9.6 Recursos clave	23
9.7 Actividades clave.....	23
9.8 Asociaciones clave	24
9.9 Estructura de costos	24
10. Propuesta de valor	27
10.1 Personalización del servicio	27
10.2 Experiencia del cliente	27
10.3 Comunicación visual coherente	28

11. Diagnostico visual del emprendimiento	28
11.1 Ausencia de una identidad visual definida	28
11.3 Espacio de atención.....	29
11.4 Análisis de la competencia.....	29
11.5 Conclusiones del diagnóstico	29
12. Conceptualización de marca	30
12.1 Atributos de marca	30
12.2 Concepto rector.....	30
13. Propuesta de identidad visual	31
13.1 Logotipo	31
13.2 Paleta cromática.....	31
13.3 Sistema tipográfico	32
13.4 Estilo gráfico	32
14. Manual básico de identidad visual	32
14.1 Uso del logotipo	32
14.2 Especificaciones cromáticas.....	33
14.3 Sistema tipográfico	33
14.4 Composición y estilo.....	33
16. Conclusiones	34
18. LIMITACIONES Y PROYECCIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA	¡Error! Marcador no definido.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mis padres, Claudia Alejandra Angarita Hernández y Michael Smith Julio Mellizo, quienes han sido mi mayor apoyo y fortaleza a lo largo de este camino académico y personal. Gracias por acompañarme con amor, paciencia y comprensión en cada etapa de mi vida, incluso en aquellos momentos donde todo parecía más difícil o lleno de dudas. A ustedes les agradezco profundamente por cada esfuerzo, consejo y palabra de motivación que me permitió seguir adelante y creer en mis capacidades.

Este proyecto representa no solo el resultado de un proceso académico, sino también el reflejo de todo el apoyo, sacrificio y confianza que siempre me han brindado. Gracias por impulsarme a luchar por mis sueños y por estar presentes en cada paso de este y todos los procesos de mi vida. Cada logro alcanzado lleva una parte de ustedes.

Agradecimientos

Agradezco principalmente a Dios y a mi familia por acompañarme y apoyarme durante todo este proceso académico y personal. Su paciencia, comprensión y motivación constante fueron fundamentales para culminar esta etapa de mi formación profesional.

Agradezco a la Universidad Santo Tomás y a los docentes que hicieron parte de este proceso formativo, por compartir sus conocimientos y orientaciones, los cuales contribuyeron significativamente al desarrollo de este proyecto. También agradezco a mis clientas y a todas las personas que han confiado en mi trabajo y en mi emprendimiento Lash By Valeria, ya que gracias a sus experiencias y comentarios fue posible desarrollar este proyecto desde una necesidad real dentro del sector de la belleza.

Introducción

El presente trabajo de grado se desarrolla en el marco de la formación profesional en Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás y tiene como propósito la construcción de una propuesta integral de identidad visual para el emprendimiento **Lash By Valeria**, dedicado a la aplicación de extensiones de pestañas. Este proyecto surge de la necesidad de fortalecer el posicionamiento del emprendimiento dentro del sector de la belleza, un campo caracterizado por su dinamismo, competitividad y alta dependencia de la comunicación visual como eje articulador de la percepción del público. En este contexto, la identidad visual se convierte en un componente estratégico para comunicar profesionalismo, generar confianza y diferenciarse en un mercado saturado.

En los últimos años, la industria de la belleza ha experimentado un crecimiento significativo impulsado por la digitalización, la expansión de los servicios estéticos y la creciente importancia de la imagen personal en los entornos sociales y culturales contemporáneos. Las redes sociales, en particular, han transformado la manera en que los emprendimientos se relacionan con sus audiencias, convirtiendo la estética visual en un factor determinante para captar la atención del público. Este fenómeno ha generado un mercado altamente competitivo, donde múltiples emprendimientos ofrecen servicios similares y compiten por la atención de un público cada vez más informado, exigente y orientado hacia experiencias estéticas coherentes. En este escenario, la comunicación visual deja de ser un complemento y se convierte en un elemento esencial para la supervivencia y el crecimiento de los negocios.

La ausencia de una identidad visual definida en **Lash By Valeria** ha generado inconsistencias en la comunicación digital, afectando la percepción de profesionalismo y confianza. Aunque el emprendimiento cuenta con un servicio técnico de calidad y una relación cercana con sus clientas, la falta de lineamientos gráficos claros dificulta la construcción de una imagen sólida y reconocible. Desde la perspectiva del diseño gráfico, esta problemática evidencia la necesidad de comprender la identidad visual como un sistema estructurado que articula elementos gráficos, conceptuales y

simbólicos. Autores como **Chaves (2003)**, **Costa (2004)** y **Dondis (1992)** permiten comprender la importancia de construir una identidad visual coherente que responda a las necesidades del contexto y del público objetivo, y que funcione como un dispositivo estratégico para comunicar valores, generar significado y fortalecer la presencia de la marca.

Asimismo, la industria de la belleza se encuentra estrechamente vinculada con la percepción de la imagen personal, el bienestar emocional y la construcción de identidad. Investigadores como **Cash y Pruzinsky (2002)** han demostrado que la apariencia influye en la autoestima, la interacción social y la percepción personal, lo que evidencia la importancia de que los emprendimientos estéticos proyecten una imagen responsable, coherente y alineada con los valores que desean transmitir. En este sentido, la identidad visual no solo cumple una función comunicativa, sino también emocional y simbólica, al influir en la experiencia del cliente y en la manera en que este se relaciona con la marca.

Este proyecto se orienta a responder la pregunta central:

¿De qué manera la integración del diseño gráfico y la estructuración de un modelo de negocio contribuyen al fortalecimiento y posicionamiento de un emprendimiento de extensiones de pestañas?

Para abordar esta pregunta, el desarrollo del proyecto articula análisis, teoría y diseño para construir una propuesta visual coherente, funcional y estratégica que fortalezca la percepción del emprendimiento y contribuya a su posicionamiento en el sector de la belleza. El proceso incluye un diagnóstico visual del estado actual del emprendimiento, una fundamentación teórica basada en autores relevantes del diseño gráfico y la comunicación visual, un análisis del modelo de negocio mediante el Business Model Canvas, y finalmente, la construcción de un sistema de identidad visual que integra logotipo, paleta cromática, tipografía, estilo gráfico y lineamientos de uso.

De esta manera, el proyecto no solo busca resolver una necesidad puntual del emprendimiento, sino también aportar al campo académico del diseño gráfico al demostrar cómo la identidad visual puede integrarse de manera estratégica en la estructura de un negocio, generando valor, coherencia y diferenciación en un mercado

altamente competitivo. La propuesta desarrollada constituye una herramienta práctica y conceptual que contribuye al crecimiento del emprendimiento, al fortalecimiento de su posicionamiento y a la construcción de una comunicación visual sólida, ética y humanística, en consonancia con los principios institucionales de la Universidad Santo Tomás.

Resumen

El presente trabajo de grado tiene como propósito el desarrollo de una propuesta integral de identidad visual para el emprendimiento Lash By Valeria, dedicado a la aplicación de extensiones de pestañas. La investigación surge de la necesidad de fortalecer el posicionamiento del emprendimiento dentro del sector de la belleza, un mercado altamente competitivo donde la diferenciación depende tanto de la calidad técnica del servicio como de la coherencia, claridad y efectividad de la comunicación visual. En este contexto, la identidad visual se convierte en un recurso estratégico que permite proyectar profesionalismo, generar confianza y construir una imagen sólida ante un público cada vez más exigente y orientado hacia experiencias estéticas coherentes.

El diagnóstico inicial evidenció que el emprendimiento carecía de una identidad visual definida, lo que generaba inconsistencias en la comunicación digital y afectaba la percepción de profesionalismo y calidad. La ausencia de lineamientos gráficos claros dificultaba la construcción de una imagen reconocible y coherente, especialmente en plataformas como Instagram y WhatsApp, que constituyen los principales canales de interacción con las clientas. Esta situación justificó la necesidad de desarrollar un sistema visual estructurado que permitiera unificar la comunicación y fortalecer la presencia del emprendimiento en el mercado.

La metodología empleada combina un enfoque cualitativo y proyectual, integrando referentes teóricos sobre identidad visual, comunicación de marca, percepción estética y modelos de negocio aplicados al sector de la belleza. A través de entrevistas, análisis de referentes visuales, revisión de tendencias y evaluación del estado actual del emprendimiento, se establecieron los fundamentos conceptuales y estratégicos para la construcción de la propuesta. Asimismo, se utilizó el modelo Business Model Canvas

para comprender la estructura del negocio y articular la identidad visual con su propuesta de valor.

Los resultados evidencian que la construcción de una identidad visual coherente contribuye significativamente al posicionamiento del emprendimiento, al mejorar la percepción de calidad, confianza y profesionalismo. La propuesta desarrollada incluye un logotipo, una paleta cromática, un sistema tipográfico, un estilo gráfico y lineamientos de uso que permiten garantizar la coherencia visual en los distintos puntos de contacto con el público. Además, se diseñaron aplicaciones digitales y piezas promocionales que fortalecen la presencia del emprendimiento en redes sociales y en su espacio de atención.

En conclusión, la propuesta demuestra que el diseño gráfico es un componente estratégico para la consolidación de marcas emergentes en la industria de la belleza. La identidad visual no solo organiza la comunicación, sino que también articula valores, construye significado y genera experiencias estéticas coherentes que influyen en la percepción del público. Este proyecto evidencia la importancia de integrar el diseño gráfico en la estructura de los modelos de negocio, especialmente en sectores donde la imagen y la experiencia del cliente desempeñan un papel determinante en la decisión de compra.

Planteamiento del problema

El emprendimiento **Lash By Valeria**, dedicado a la aplicación de extensiones de pestañas, enfrenta una problemática central relacionada con la ausencia de una identidad visual definida y coherente. Aunque el servicio ofrecido cumple con estándares técnicos de calidad y ha logrado consolidar una base de clientas recurrentes, la falta de una estrategia gráfica estructurada limita su capacidad de posicionamiento en un mercado altamente competitivo. Esta carencia afecta directamente la percepción del público, pues en el sector de la belleza la imagen proyectada por un emprendimiento es tan determinante como la calidad del servicio que ofrece.

La comunicación visual constituye un factor decisivo en la construcción de confianza, profesionalismo y diferenciación dentro del sector estético. En este contexto, la identidad visual no solo cumple una función estética, sino también estratégica, ya que permite organizar la manera en que una marca se presenta ante su audiencia. La ausencia de lineamientos gráficos claros en **Lash By Valeria** ha generado inconsistencias en la presentación del emprendimiento en plataformas digitales, especialmente en Instagram y WhatsApp, que son los principales canales de interacción con las clientas. Estas inconsistencias se reflejan en el uso variable de colores, tipografías, estilos fotográficos y composiciones, lo que dificulta la construcción de una imagen sólida, reconocible y profesional.

Además, el sector de la belleza se caracteriza por su dinamismo y por la influencia que ejercen las tendencias visuales en la toma de decisiones del consumidor. En un entorno saturado, donde múltiples emprendimientos ofrecen servicios similares, la diferenciación depende de la capacidad de construir una identidad visual sólida que articule valores, transmita profesionalismo y genere confianza. La falta de una identidad visual definida no solo afecta la percepción del público, sino que también limita el crecimiento del emprendimiento, su capacidad de fidelización y su potencial para expandirse en el mercado.

La problemática se intensifica debido a que la industria de las extensiones de pestañas se encuentra estrechamente vinculada con la estética, la imagen personal y el bienestar emocional. Las clientas buscan no solo un servicio técnico, sino también una experiencia visual coherente que refleje cuidado, delicadeza y profesionalismo. Cuando la comunicación visual no está alineada con estos valores, se genera una disonancia entre la calidad del servicio y la imagen proyectada, lo que afecta la confianza y la decisión de compra.

Por lo tanto, se plantea la necesidad de desarrollar una propuesta de identidad visual que permita organizar, unificar y fortalecer los elementos gráficos del emprendimiento. Esta propuesta debe responder a las necesidades del contexto, a las expectativas del público objetivo y a las exigencias del mercado actual. La construcción de un sistema visual coherente permitirá mejorar la percepción del emprendimiento,

consolidar su posicionamiento y generar una experiencia estética integral que articule los valores de la marca con su comunicación visual.

Justificación

Este proyecto se justifica a partir de la necesidad de fortalecer la comunicación visual del emprendimiento **Lash By Valeria**, considerando la importancia que adquiere la imagen en el sector de la belleza. La identidad visual se convierte en un elemento estratégico para generar confianza, diferenciación y posicionamiento.

Autores como Costa (2004) y Chaves (2003) destacan que la identidad visual no es únicamente un recurso estético, sino un sistema que articula significados, valores y atributos de una marca. La ausencia de lineamientos visuales claros limita la construcción de una imagen sólida y dificulta la coherencia en los distintos puntos de contacto con el público.

Desde una perspectiva humanista, los servicios estéticos influyen en la percepción personal, la autoestima y la experiencia emocional de los usuarios. Fortalecer la identidad visual del emprendimiento no solo contribuye a su posicionamiento comercial, sino también a mejorar la experiencia del cliente, generando confianza, seguridad y una relación más cercana con la marca.

Finalmente, este proyecto aporta al campo académico del diseño gráfico al demostrar cómo la identidad visual puede integrarse de manera estratégica en emprendimientos emergentes del sector de la belleza.

Marco teórico

El marco teórico constituye la base conceptual que sustenta el desarrollo del presente proyecto de identidad visual para el emprendimiento **Lash By Valeria**. Su propósito es integrar los fundamentos disciplinares del diseño gráfico, la comunicación visual, la percepción estética, la experiencia del cliente y la construcción de marca,

articulando estos conceptos con el contexto específico del sector de la belleza. En este sentido, el marco teórico no solo proporciona los referentes conceptuales necesarios para comprender la importancia de la identidad visual como sistema, sino que también permite establecer relaciones entre los elementos gráficos y los procesos comunicativos que influyen en la percepción del público. Asimismo, este apartado busca contextualizar la relevancia del diseño gráfico dentro de un mercado altamente competitivo, donde la imagen, la coherencia visual y la experiencia del usuario se convierten en factores determinantes para la diferenciación y el posicionamiento de los emprendimientos estéticos. A través de la revisión de autores como Chaves, Costa, Dondis, Wheeler, Kotler y Keller, se construye un marco conceptual que fundamenta la necesidad de desarrollar una identidad visual sólida, coherente y estratégica que responda a las dinámicas contemporáneas del sector de la belleza y a las expectativas de un público cada vez más exigente y orientado hacia experiencias estéticas integrales.

7.1 Identidad visual como sistema estructurado

La identidad visual es uno de los pilares fundamentales en la construcción de marca. Desde la perspectiva del diseño gráfico, la identidad visual no se limita a la creación de elementos estéticos, sino que se concibe como un sistema estructurado que articula significados, valores y atributos de una organización.

Según **Norberto Chaves (2003)**, la identidad visual es un dispositivo comunicativo que permite representar gráficamente la esencia de una marca, facilitando su reconocimiento y diferenciación. Chaves plantea que la identidad visual debe entenderse como un sistema coherente compuesto por elementos gráficos interrelacionados — logotipo, tipografía, color, composición, estilo visual— que funcionan de manera articulada para transmitir un mensaje unificado.

Por su parte, **Joan Costa (2004)** sostiene que la identidad visual es un lenguaje que organiza la comunicación de la marca y construye significado. Para Costa, la identidad no es un recurso decorativo, sino un sistema estratégico que permite que la marca sea reconocida, recordada y valorada.

En el caso de **Lash By Valeria**, la ausencia de una identidad visual definida ha generado inconsistencias en la comunicación, afectando la percepción del público. La teoría de Costa y Chaves permite comprender la necesidad de estructurar un sistema visual coherente que articule los valores del emprendimiento y fortalezca su posicionamiento.

7.2 Comunicación visual y percepción estética

La comunicación visual es un proceso mediante el cual se transmiten mensajes a través de elementos gráficos que, al ser percibidos por el observador, generan interpretaciones, emociones y significados. En el campo del diseño gráfico, este proceso no es arbitrario: se fundamenta en principios perceptuales, semióticos y cognitivos que influyen directamente en la forma en que las personas interpretan, organizan y valoran la información visual. La comunicación visual, por tanto, constituye un lenguaje estructurado que opera mediante códigos, convenciones y estímulos que activan respuestas tanto racionales como emocionales.

Desde esta perspectiva, **Donis A. Dondis (1992)** plantea que el lenguaje visual funciona como un sistema de signos que se articula a través de elementos básicos — como la forma, el color, la textura, el contraste, la composición y la armonía— que permiten construir mensajes visuales comprensibles y efectivos. Estos elementos no solo cumplen una función estética, sino que también poseen un carácter comunicativo y simbólico que influye en la percepción del espectador. Cada uno de ellos aporta información específica:

- **Forma:** estructura la identidad de los elementos y facilita su reconocimiento. En el diseño de marcas, las formas suaves y curvas suelen asociarse con delicadeza, feminidad y cercanía, mientras que las formas rígidas o geométricas evocan estabilidad y profesionalismo.
- **Color:** es uno de los elementos más influyentes en la percepción emocional. Los tonos cálidos generan sensaciones de cercanía y energía, mientras que los tonos

fríos evocan calma y sofisticación. En el sector de la belleza, el color es determinante para comunicar estilo, personalidad y valores de marca.

- **Textura:** aporta sensorialidad visual, incluso en medios digitales. Las texturas suaves y limpias suelen asociarse con cuidado, higiene y profesionalismo, atributos esenciales en servicios estéticos.
- **Contraste:** permite jerarquizar la información y dirigir la atención del espectador hacia elementos clave. Un contraste bien aplicado mejora la legibilidad y la claridad del mensaje.
- **Composición:** organiza los elementos dentro del espacio visual, facilitando la lectura y la coherencia del mensaje. Una composición equilibrada transmite orden, profesionalismo y armonía.
- **Armonía:** integra todos los elementos visuales en un conjunto coherente. La armonía es fundamental para generar una experiencia estética agradable y consistente.

Estos elementos, al interactuar entre sí, construyen significados que influyen en la interpretación del espectador. La comunicación visual, por tanto, no es únicamente una cuestión de estética, sino un proceso cognitivo y emocional que determina cómo se percibe una marca, un producto o un servicio.

En el sector de la belleza, donde la imagen es un componente central de la experiencia del cliente, la comunicación visual adquiere un papel decisivo en la construcción de confianza, profesionalismo y diferenciación. La industria estética se caracteriza por su fuerte dependencia de lo visual: las clientas evalúan la calidad del servicio no solo por los resultados finales, sino también por la imagen que proyecta el emprendimiento en sus canales digitales, en su espacio físico y en cada punto de contacto.

En este contexto, la comunicación visual cumple funciones esenciales:

- **Genera expectativas:** la estética de la marca influye en la percepción de calidad antes de que el servicio sea experimentado.

- **Construye credibilidad:** una identidad visual coherente transmite profesionalismo y cuidado, atributos indispensables en servicios que involucran el rostro y la imagen personal.
- **Diferencia en un mercado saturado:** en un entorno donde muchos emprendimientos ofrecen servicios similares, la comunicación visual se convierte en un factor clave para destacar.
- **Activa respuestas emocionales:** la belleza está estrechamente vinculada con la autoestima, la autopercepción y el bienestar emocional; por ello, la imagen de la marca debe generar sensaciones de confianza, delicadeza y seguridad.
- **Refuerza la experiencia del cliente:** la coherencia visual entre redes sociales, espacio físico y resultados del servicio contribuye a una experiencia integral y memorable.

En el caso de **Lash By Valeria**, la comunicación visual no solo debe transmitir la calidad técnica del servicio, sino también los valores que lo caracterizan: delicadeza, cuidado, profesionalismo y estética femenina. La ausencia de lineamientos visuales claros genera inconsistencias que afectan la percepción del público y dificultan la construcción de una imagen sólida y reconocible. Por ello, comprender la comunicación visual desde una perspectiva investigativa y disciplinar es fundamental para desarrollar una identidad visual que responda a las necesidades del emprendimiento y a las expectativas del sector de la belleza

7.3 Construcción de marca y experiencia del cliente

La marca es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que construyen la percepción del público. Según **Philip Kotler y Kevin Keller (2012)**, la percepción de marca se construye a partir de las experiencias que los usuarios tienen con ella, lo que implica que la identidad visual debe integrarse de manera coherente en todos los puntos de contacto.

En los servicios estéticos, la experiencia incluye:

- El resultado del procedimiento
- La interacción con la profesional
- El ambiente del espacio de atención
- La comunicación visual
- La estética del contenido digital

La teoría de Kotler y Keller permite comprender la importancia de integrar la identidad visual en la experiencia del cliente para fortalecer la percepción de la marca.

7.4 Imagen personal, bienestar y estética

Investigadores como **Thomas Cash y Thomas Pruzinsky (2002)** han demostrado que la apariencia y la imagen corporal desempeñan un papel fundamental en la construcción de la autoestima, la interacción social y la percepción personal. Su trabajo en psicología de la imagen corporal evidencia que la forma en que las personas se perciben a sí mismas influye directamente en su bienestar emocional, su seguridad y su comportamiento en contextos sociales. Desde esta perspectiva, los servicios estéticos no solo transforman la apariencia física, sino que también generan experiencias emocionales que impactan en la autopercepción, la confianza y la manera en que los individuos se relacionan con su entorno.

Cash y Pruzinsky plantean que la imagen corporal es un constructo multidimensional que integra aspectos perceptuales, cognitivos, afectivos y conductuales. Esto significa que la percepción de la propia apariencia no depende únicamente de características físicas objetivas, sino también de factores psicológicos, culturales y sociales. En este sentido, los servicios estéticos —como las extensiones de pestañas— pueden influir positivamente en la autoimagen al proporcionar una sensación de mejora, cuidado personal y satisfacción estética. Estos efectos no son superficiales: se relacionan con procesos de validación personal, empoderamiento y bienestar emocional.

Por otra parte, la historiadora **Kathy Peiss (2011)** señala que la industria de la belleza ha evolucionado como un espacio donde convergen prácticas culturales, sociales

y mediáticas. Peiss explica que la belleza no puede entenderse únicamente como un fenómeno estético, sino como un campo atravesado por dinámicas económicas, simbólicas y comunicativas. La expansión de los medios digitales, las redes sociales y la cultura visual contemporánea ha intensificado la importancia de la apariencia como forma de expresión personal y como herramienta de interacción social.

En este contexto, la industria de la belleza se ha transformado en un escenario donde la imagen adquiere un valor central. Las tendencias visuales, los referentes estéticos y los discursos mediáticos influyen en la manera en que las personas construyen su identidad y evalúan su apariencia. Esto implica que los emprendimientos del sector deben responder a un público altamente influenciado por estímulos visuales, expectativas estéticas y narrativas digitales que moldean sus decisiones de consumo.

La relación entre estética, bienestar y comunicación visual es especialmente relevante para emprendimientos como **Lash By Valeria**, donde el servicio ofrecido se vincula directamente con la expresión facial, la mirada y la percepción de belleza. Las extensiones de pestañas no solo modifican un rasgo físico, sino que también generan sensaciones de seguridad, atractivo y satisfacción personal. Por ello, la identidad visual del emprendimiento debe transmitir valores como delicadeza, cuidado, profesionalismo y confianza, alineándose con las expectativas emocionales y estéticas de las clientas.

Comprender estas dinámicas permite reconocer que la construcción de una identidad visual sólida no es únicamente una necesidad comunicativa, sino también una respuesta estratégica a las exigencias del mercado actual. En un entorno donde la imagen personal está profundamente influenciada por tendencias digitales y discursos visuales, la identidad visual se convierte en un elemento clave para conectar con el público, generar experiencias significativas y fortalecer la percepción de valor del servicio. Así, la propuesta de identidad visual para **Lash By Valeria** debe integrar no solo criterios estéticos, sino también una comprensión profunda de los factores psicológicos, culturales y sociales que influyen en la experiencia de la belleza.

7.5 Identidad visual en entornos digitales

Según **Alina Wheeler (2013)**, la identidad visual debe adaptarse a los entornos digitales, donde la competencia es alta y la atención del usuario depende de la calidad estética, la coherencia visual y la capacidad de una marca para comunicar de manera clara y memorable en espacios saturados de información. Wheeler sostiene que, en la era digital, la identidad visual no puede concebirse únicamente como un conjunto de elementos gráficos estáticos, sino como un sistema dinámico que debe funcionar de manera consistente en múltiples plataformas, formatos y dispositivos. Esto implica que la marca debe ser flexible, escalable y capaz de mantener su esencia visual incluso en contextos cambiantes y altamente visuales como las redes sociales.

En los entornos digitales, la identidad visual adquiere una relevancia aún mayor debido a la velocidad con la que los usuarios consumen contenido y a la influencia que ejercen las imágenes en la toma de decisiones. La comunicación digital se caracteriza por la inmediatez, la interacción constante y la necesidad de captar la atención en segundos. Por ello, la identidad visual debe ser clara, atractiva y coherente para generar reconocimiento y confianza. Wheeler enfatiza que la consistencia visual es un factor determinante para construir una marca sólida, ya que permite que el público identifique rápidamente los mensajes, los valores y la personalidad de la marca, incluso sin necesidad de leer textos extensos.

En el caso de **Lash By Valeria**, la comunicación digital constituye el principal canal de interacción con las clientas, especialmente a través de plataformas como Instagram y WhatsApp, donde la imagen es el eje central de la experiencia del usuario. Estas plataformas funcionan como vitrinas digitales donde las clientas evalúan la calidad del servicio, la estética del emprendimiento y la coherencia visual de la marca. La teoría de Wheeler permite comprender que, para lograr un posicionamiento efectivo, es necesario construir lineamientos gráficos sólidos que garanticen la coherencia visual en redes sociales y otros medios digitales.

Además, la identidad visual en entornos digitales no solo debe ser estéticamente atractiva, sino también funcional. Esto implica considerar aspectos como:

- **Legibilidad en pantallas pequeñas:** las tipografías, colores y composiciones deben adaptarse a dispositivos móviles, donde se consume la mayor parte del contenido.
- **Consistencia en formatos variables:** historias, publicaciones, reels, banners y mensajes deben mantener una estética unificada.
- **Adaptabilidad del logotipo:** el símbolo debe funcionar en versiones reducidas, monocromáticas o simplificadas sin perder su esencia.
- **Uso estratégico del color:** la paleta cromática debe reforzar la personalidad de la marca y facilitar su reconocimiento inmediato.
- **Estilo fotográfico coherente:** las imágenes deben seguir una línea estética que refleje los valores del emprendimiento y genere una experiencia visual armoniosa.

En el sector de la belleza, donde la imagen es el principal medio de comunicación y el criterio de evaluación más importante para las clientas, la identidad visual digital se convierte en un elemento determinante para la percepción de profesionalismo, calidad y confianza. Las clientas suelen basar su decisión de compra en la estética del portafolio, la claridad de la información y la coherencia visual del emprendimiento. Por ello, una identidad visual sólida no solo mejora la apariencia del contenido, sino que también fortalece la credibilidad del servicio y contribuye a la construcción de una experiencia estética integral.

La teoría de Wheeler evidencia que la identidad visual en entornos digitales debe ser estratégica, coherente y adaptable. Para **Lash By Valeria**, esto implica desarrollar un sistema visual que permita comunicar de manera clara, atractiva y profesional en plataformas digitales, garantizando que cada pieza gráfica refuerce la personalidad de la marca y contribuya a su posicionamiento en un mercado altamente competitivo.

7.6 Diseño gráfico como herramienta estratégica

El diseño gráfico, entendido como una disciplina estratégica, cumple un papel fundamental en la construcción de identidad visual y en la comunicación de los valores de marca. Su función trasciende la dimensión estética para convertirse en un proceso de

planificación, estructuración y gestión visual que permite a las organizaciones comunicar de manera efectiva quiénes son, qué ofrecen y qué las diferencia dentro de su entorno competitivo. Desde esta perspectiva, el diseño gráfico no se limita a la creación de piezas visuales, sino que actúa como un sistema articulador que integra elementos simbólicos, conceptuales y comunicativos con los objetivos estratégicos de una marca.

Diversos autores han señalado que el diseño gráfico opera como un mediador entre la marca y su público. Según Joan Costa, el diseño es un “instrumento de gestión” que organiza la comunicación visual y la convierte en un recurso estratégico para la construcción de identidad. Esto implica que cada decisión gráfica —desde la elección de una tipografía hasta la definición de una paleta cromática— debe responder a un propósito comunicativo y a una intención estratégica. En este sentido, el diseño gráfico se convierte en un lenguaje que permite expresar valores, emociones y atributos de marca de manera clara, coherente y memorable.

En el caso de **Lash By Valeria**, el diseño gráfico permite articular los valores del emprendimiento —cuidado, bienestar, profesionalismo y estética delicada— con una propuesta visual coherente que fortalezca su posicionamiento y mejore la percepción del público. La identidad visual no solo debe reflejar la esencia del servicio, sino también transmitir sensaciones asociadas al sector de la belleza, como suavidad, armonía, confianza y feminidad. Esto requiere un proceso de diseño fundamentado en la investigación, la observación del contexto, el análisis del público objetivo y la comprensión de las dinámicas del mercado estético.

Además, el diseño gráfico adquiere un papel determinante en la construcción de experiencias. En los servicios estéticos, la experiencia del cliente no se limita al resultado final del procedimiento, sino que comienza desde el primer contacto visual con la marca. La forma en que se presenta el emprendimiento en redes sociales, la coherencia de sus piezas gráficas, la estética del espacio físico y la claridad de la información influyen directamente en la percepción de calidad y profesionalismo. Por ello, el diseño gráfico debe concebirse como un proceso integral que abarca todos los puntos de contacto entre la marca y sus clientas.

El diseño también cumple una función diferenciadora en un mercado saturado. En el sector de las extensiones de pestañas, donde múltiples emprendimientos ofrecen servicios similares, la identidad visual se convierte en un elemento clave para destacar. Una propuesta gráfica sólida permite que la marca sea reconocida con facilidad, genere recordación y construya una relación emocional con su público. Esta diferenciación no solo se basa en la estética, sino en la capacidad del diseño para comunicar valores auténticos y generar confianza.

Finalmente, el diseño gráfico contribuye a la sostenibilidad y crecimiento del emprendimiento. Una identidad visual bien estructurada facilita la creación de contenido, mejora la coherencia comunicativa, optimiza la presencia digital y fortalece la reputación de la marca. En el caso de **Lash By Valeria**, el diseño gráfico no solo organiza la comunicación visual, sino que también se convierte en un recurso estratégico para consolidar su posicionamiento en el sector de la belleza, atraer nuevas clientas y construir una experiencia estética integral que refleje la calidad y los valores del servicio.

8. Marco metodológico

El marco metodológico establece el enfoque, los métodos, las técnicas y el proceso proyectual que orientaron el desarrollo de la propuesta de identidad visual para **Lash By Valeria**.

8.1 Enfoque de investigación

El proyecto se desarrolla bajo un **enfoque cualitativo**, dado que busca comprender percepciones, experiencias, significados y comportamientos asociados a la comunicación visual del emprendimiento y a la experiencia del cliente.

8.2 Tipo de investigación

El proyecto se enmarca en un **tipo de investigación descriptivo–proyectual**, que combina:

- **Investigación descriptiva:** para analizar el estado actual del emprendimiento.
- **Investigación proyectual:** para desarrollar la propuesta de identidad visual.

8.3 Método de investigación

El método utilizado es el **método proyectual**, estructurado en cuatro fases:

1. Investigación y diagnóstico
2. Conceptualización
3. Diseño y desarrollo visual
4. Implementación y lineamientos

8.4 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo del proyecto se emplearon diversas técnicas cualitativas que permitieron comprender el estado actual del emprendimiento y obtener insumos relevantes para la construcción de la identidad visual.

Entrevistas semiestructuradas: Se realizaron para conocer las percepciones, expectativas y experiencias de las clientas respecto al servicio, la comunicación visual y los atributos que valoran en un emprendimiento de belleza.

Observación directa: Permitió analizar el ambiente del espacio de atención, la interacción con las clientas y la coherencia entre el servicio ofrecido y la imagen proyectada, identificando oportunidades de mejora visual.

Análisis de referentes visuales: Consistió en revisar identidades visuales de otros emprendimientos del sector para identificar tendencias, estilos gráficos y estrategias visuales que orientaran la diferenciación de Lash By Valeria.

Análisis de contenido digital: Se evaluaron las publicaciones, mensajes y elementos visuales presentes en redes sociales y canales digitales del emprendimiento, identificando inconsistencias y oportunidades para fortalecer la comunicación visual.

9. Modelo de negocio (CANVAS)

El modelo de negocio se desarrolló con base en el **Business Model Canvas** de Osterwalder y Pigneur (2010).

9.1 Segmentos de clientes

Los segmentos de clientes identificados para el emprendimiento Lash By Valeria corresponden principalmente a mujeres entre 18 y 45 años, interesadas en servicios relacionados con la estética, el bienestar y el cuidado personal. Se trata de usuarias activas en redes sociales, especialmente en plataformas visuales como Instagram, donde buscan inspiración, tendencias y recomendaciones. Este público valora la personalización del servicio, la confianza en la profesional y la coherencia visual del emprendimiento, factores que influyen directamente en su decisión de compra y fidelización.

9.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor de **Lash By Valeria** se fundamenta en tres pilares esenciales que diferencian el servicio dentro del sector de la belleza. En primer lugar, la **personalización del servicio**, que permite adaptar cada aplicación de extensiones de pestañas a las características faciales, preferencias estéticas y necesidades individuales de cada clienta. En segundo lugar, la **experiencia del cliente**, entendida como un proceso integral que abarca la atención cercana, el ambiente de confianza y el acompañamiento antes, durante y después del procedimiento. Finalmente, la **comunicación visual coherente**, que garantiza una imagen profesional, estética y unificada en todos los puntos de contacto, fortaleciendo la percepción de calidad y el posicionamiento del emprendimiento.

9.3 Canales

- Instagram
- WhatsApp
- Espacio de atención

9.4 Relación con los clientes

La relación con las clientas de **Lash By Valeria** se basa en un enfoque cercano y personalizado que busca generar confianza y fidelización. La atención personalizada permite adaptar el servicio a las necesidades individuales de cada clienta, mientras que la comunicación constante facilita la resolución de dudas y el acompañamiento durante todo el proceso. Asimismo, se realiza un seguimiento posterior al procedimiento para garantizar la satisfacción y el adecuado cuidado de las extensiones. Finalmente, el voz a voz constituye un canal fundamental para la captación de nuevas clientas, reforzado por la calidad del servicio y la experiencia positiva que viven quienes acuden al emprendimiento.

9.5 Fuentes de ingreso

- Aplicación de extensiones
- Mantenimientos
- Servicios complementarios

9.6 Recursos clave

Se centran en los elementos esenciales que permiten la prestación del servicio y el fortalecimiento del emprendimiento. En primer lugar, las **habilidades técnicas**, que corresponden a la destreza profesional en la aplicación de extensiones de pestañas y al conocimiento especializado del procedimiento. En segundo lugar, los **insumos especializados**, necesarios para garantizar resultados de calidad y seguridad en cada aplicación. A estos se suma la **identidad visual**, entendida como un recurso estratégico que aporta coherencia, profesionalismo y diferenciación en el mercado. Finalmente, los **canales digitales**, especialmente redes sociales y plataformas de mensajería, que funcionan como medios fundamentales para la comunicación, promoción y captación de clientas.

9.7 Actividades clave

Las actividades corresponden a los procesos esenciales que permiten la prestación del servicio y el fortalecimiento del emprendimiento. En primer lugar, la **aplicación de extensiones de pestañas**, que constituye la actividad central y requiere precisión técnica y conocimiento especializado. A esta se suma la **gestión de redes sociales**, fundamental para mantener presencia digital, atraer nuevas clientas y comunicar la propuesta de valor. La **producción de contenido** visual y educativo permite mostrar resultados, generar confianza y reforzar la identidad visual del emprendimiento. Finalmente, la **atención al cliente** garantiza una experiencia cercana, personalizada y coherente, contribuyendo a la fidelización y al voz a voz positivo.

9.8 Asociaciones clave

Se conforman por actores externos que contribuyen al funcionamiento y fortalecimiento del emprendimiento. Entre ellos se encuentran los proveedores, responsables del suministro de insumos especializados necesarios para garantizar la calidad del servicio. También se incluyen las marcas estéticas, que aportan respaldo, confiabilidad y actualización en tendencias y productos del sector. Finalmente, las plataformas digitales funcionan como aliados estratégicos para la difusión del contenido, la interacción con las clientas y la gestión de la comunicación visual del emprendimiento.

9.9 Estructura de costos

La estructura de costos del emprendimiento **Lash By Valeria** comprende el conjunto de inversiones, gastos fijos y costos variables necesarios para garantizar la prestación de un servicio de calidad y mantener una identidad visual coherente con la propuesta de valor del negocio. Estos costos no solo responden a las necesidades operativas del servicio, sino que también constituyen una inversión estratégica que fortalece la experiencia de la clienta, el posicionamiento de la marca y la competitividad del emprendimiento.

En primer lugar, la puesta en marcha del emprendimiento requirió una inversión inicial destinada a la adecuación del espacio de trabajo, la adquisición de mobiliario

especializado y la compra de equipos e insumos esenciales para la prestación del servicio. Esta inversión permitió crear un ambiente cómodo, funcional y visualmente atractivo, acorde con los atributos de delicadeza, profesionalismo y confianza que caracterizan la identidad de la marca.

Concepto	Valor aproximado COP
Camilla de pestañas	500.000
Lampara profesional	200.000
Silla de trabajo	150.000
Carrito auxiliar	200.000
Pinzas profesionales	50.000
Organizadores	130.000
Adecuación y decoración del espacio	500.000
Compra inicial de insumos	600.000
Total de inversión inicial	2.300.000

Fuente: Elaboración propia (2026).

Esta fue la inversión inicial, el funcionamiento del emprendimiento implica costos variables asociados al consumo continuo de materiales especializados, indispensables para garantizar la calidad y seguridad de cada procedimiento realizado. La cantidad de insumos utilizados depende directamente del número de servicios prestados durante el mes, por lo que estos costos presentan variaciones según la demanda.

Principales insumos utilizados en la prestación del servicio

Insumos	Valor aproximado COP
Extensiones de pestañas	50.000 Unidad
Adhesivo profesional	80.000 – 130.000
Shampoo para pestañas	50.000
Cintas especializadas	20.000 – 25.000
Cepillos desechables	6.000 – 10.000

Aplicadores	6.000 – 10.000
Microbrush	6.000 – 10.000
Gorros desechables	20.000 – 30.000
Tapabocas	10.000 – 20.000

Fuente: Elaboración propia (2026).

Mi emprendimiento presenta costos fijos que permiten mantener la continuidad de la operación. Estos gastos corresponden principalmente al pago de servicios públicos y a la reposición periódica de insumos, cuya inversión mensual oscila entre los \$100.000 y \$500.000, dependiendo del volumen de atención y la rotación de materiales.

Costos operativos mensuales

Concepto	Valor aproximado COP
Servicio de internet	80.000
Servicio de energía – luz	140.000
Reposición mensual de insumos	100.000 – 500.000
Costo mensual estimado	Entre 320.000 – 720.000

Fuente: Elaboración propia (2026).

Desde la perspectiva del modelo de negocio, la estructura de costos refleja la importancia de mantener un equilibrio entre la inversión en recursos físicos, la adquisición de materiales especializados y el fortalecimiento de la identidad visual. Cada uno de estos elementos contribuye directamente a la construcción de una experiencia de servicio diferenciadora, permitiendo ofrecer procedimientos personalizados bajo estándares de calidad que fortalecen la percepción de profesionalismo y confianza.

La inversión realizada en la adecuación del espacio, el mobiliario y los elementos gráficos constituye un recurso estratégico que trasciende la función operativa, ya que influye en la percepción estética del emprendimiento y en la consolidación de una imagen de marca coherente. En el sector de la belleza, donde la experiencia visual desempeña un papel

determinante en la decisión de compra, la estructura de costos representa una inversión orientada tanto a la prestación del servicio como al posicionamiento competitivo del emprendimiento.

10. Propuesta de valor

La propuesta de valor de **Lash By Valeria** se articula en tres ejes:

10.1 Personalización del servicio

La personalización del servicio constituye un elemento diferenciador que permite adaptar cada aplicación de extensiones de pestañas a las características individuales de cada clienta. Este proceso considera la **forma del ojo**, los **rasgos faciales**, las **preferencias estéticas** y la **imagen deseada**, garantizando un resultado armónico, natural y coherente con la identidad visual personal de cada usuaria. Esta personalización no solo mejora la calidad del servicio, sino que también fortalece la experiencia del cliente y la percepción de profesionalismo del emprendimiento.

10.2 Experiencia del cliente

La experiencia del cliente se construye a partir de un enfoque centrado en el bienestar, la confianza y la comunicación efectiva. El servicio se caracteriza por una **atención cercana** que permite comprender las necesidades individuales de cada clienta y generar un ambiente de confianza durante todo el proceso. Asimismo, se garantiza una **comunicación clara** que facilita la orientación antes, durante y después del procedimiento, asegurando que la clienta se sienta informada y acompañada.

El servicio se desarrolla en un **ambiente cómodo** que contribuye al bienestar emocional y a la percepción positiva del emprendimiento. Finalmente, se realiza un **acompañamiento posterior** para verificar la satisfacción, resolver inquietudes y reforzar el cuidado adecuado de las extensiones, fortaleciendo así la fidelización y la relación a largo plazo con las clientas.

10.3 Comunicación visual coherente

La nueva identidad visual fortalece:

- Profesionalismo
- Coherencia estética
- Diferenciación
- Claridad comunicativa

11. Diagnostico visual del emprendimiento

El diagnóstico visual constituye un componente fundamental para comprender el estado actual de la comunicación gráfica del emprendimiento **Lash By Valeria**. Su propósito es identificar las debilidades, inconsistencias y oportunidades de mejora que justifican la construcción de un sistema de identidad visual coherente y estratégico.

11.1 Ausencia de una identidad visual definida

El análisis inicial evidenció que el emprendimiento no cuenta con una identidad visual estructurada. No existe un logotipo formal, una paleta cromática definida, un sistema tipográfico consistente ni lineamientos gráficos que orienten la comunicación visual. Esto genera:

- Variabilidad en el uso de colores
- Inconsistencias tipográficas
- Falta de unidad en la composición visual
- Dificultad para reconocer la marca
- Percepción de informalidad o improvisación

La falta de una identidad visual afecta directamente la percepción del público, especialmente en un sector donde la estética es un factor determinante.

11.3 Espacio de atención

El espacio de atención presenta elementos estéticos agradables, pero carece de:

- Señalética coherente
- Piezas gráficas que refuercen la identidad
- Material informativo visual

11.4 Análisis de la competencia

El análisis de emprendimientos similares evidenció que:

- Muchos negocios utilizan identidades visuales genéricas
- Predominan estilos saturados o poco profesionales
- La diferenciación visual es limitada

Esto representa una oportunidad para construir una identidad visual sólida, elegante y coherente que destaque en el mercado.

11.5 Conclusiones del diagnóstico

El diagnóstico permitió identificar que la principal problemática del emprendimiento es la **inconsistencia visual**, derivada de la ausencia de un sistema gráfico estructurado. Esto afecta:

- La percepción de profesionalismo
- La confianza del público
- La diferenciación en el mercado

- La coherencia en los canales digitales

Por ello, se hace necesaria la construcción de una identidad visual integral que articule valores, estética y experiencia.

12. Conceptualización de marca

La conceptualización constituye la base estratégica del sistema visual. A partir del diagnóstico, las entrevistas y la observación directa, se identificaron los atributos centrales que definen la esencia de la marca.

12.1 Atributos de marca

Los atributos seleccionados son:

- Cuidado y bienestar
- Confianza y profesionalismo
- Estética delicada y femenina
- Personalización del servicio
- Experiencia cercana y humana

12.2 Concepto rector

El concepto rector que guía la identidad visual es:

“Delicadeza que transforma la mirada”

Este concepto articula:

- La estética suave y femenina
- La precisión técnica del servicio
- La transformación visual que experimenta la clienta
- La importancia de la mirada como elemento expresivo

13. Propuesta de identidad visual

La propuesta de identidad visual se desarrolla a partir del **concepto rector** y de los **atributos de marca** que orientan la construcción del sistema gráfico. Su propósito es establecer un **sistema visual coherente**, funcional y adaptable a los distintos puntos de contacto del emprendimiento, garantizando una comunicación clara, estética y alineada con los valores del servicio. Este sistema integra elementos como color, tipografía, composición, estilo fotográfico y aplicaciones digitales, permitiendo que la marca mantenga una presencia sólida y reconocible tanto en medios físicos como en entornos digitales.

13.1 Logotipo

El logotipo se diseñó a partir de formas estilizadas que evocan la curvatura natural de las pestañas. Se utilizaron líneas suaves, proporciones equilibradas y un estilo minimalista que transmite:

- Elegancia
- Delicadeza
- Profesionalismo
- Armonía visual

13.2 Paleta cromática

La paleta cromática se compone de:

- Tonos neutros (beige, crema, arena)
- Rosados suaves
- Acentos dorados

Estos colores evocan feminidad, calma, sofisticación y profesionalismo.

13.3 Sistema tipográfico

El sistema tipográfico se compone de dos familias:

- Serif elegante para títulos
- Sans serif limpia para textos

Esta combinación permite construir jerarquías visuales claras y coherentes.

13.4 Estilo gráfico

El estilo gráfico se caracteriza por:

- Composiciones limpias
- Uso equilibrado del espacio negativo
- Elementos minimalistas
- Fotografías con iluminación suave
- Estética delicada y femenina

14. Manual básico de identidad visual

El manual establece las reglas de uso del sistema visual para garantizar coherencia en todas las aplicaciones.

14.1 Uso del logotipo

Incluye:

- Versiones permitidas
- Tamaños mínimos

- Áreas de protección
- Usos incorrectos

14.2 Especificaciones cromáticas

Se detallan:

- Códigos HEX, RGB y CMYK
- Combinaciones permitidas
- Proporciones de uso

14.3 Sistema tipográfico

Incluye:

- Jerarquías
- Tamaños recomendados
- Usos permitidos y prohibidos

14.4 Composición y estilo

Se establecen:

- Márgenes
- Retículas
- Estilo fotográfico
- Elementos gráficos complementarios

15. Análisis financiero y sostenibilidad del emprendimiento

El análisis financiero del emprendimiento permite comprender cómo los recursos económicos influyen en el desarrollo y crecimiento de **Lash By Valeria**. Más allá de conocer los costos que implica la prestación del servicio, este análisis busca demostrar que la inversión realizada ha permitido consolidar un emprendimiento sostenible, capaz de ofrecer un servicio de calidad y fortalecer su posicionamiento dentro del sector de la belleza.

Desde su creación, el emprendimiento ha requerido una adecuada administración de los recursos para garantizar el funcionamiento del servicio, la adquisición de insumos especializados, el mantenimiento del espacio de atención y el fortalecimiento de la identidad visual. Estos aspectos han contribuido no solo al desarrollo del negocio, sino también a generar una experiencia positiva para las clientas y proyectar una imagen profesional.

15.1 Inversión inicial del emprendimiento

Como ocurre en la mayoría de los emprendimientos, el inicio de **Lash By Valeria** requirió una inversión económica destinada a la compra de equipos, mobiliario e insumos necesarios para prestar un servicio de calidad. Esta inversión permitió adecuar un espacio cómodo, funcional y agradable para las clientas, además de contar con los materiales indispensables para realizar cada procedimiento de manera segura y profesional.

La inversión inicial también representó el primer paso para construir una imagen que transmitiera confianza y profesionalismo, aspectos fundamentales dentro del sector de la belleza, donde la percepción que tienen las clientas sobre el espacio y la calidad del servicio influye directamente en su decisión de regresar o recomendar el emprendimiento.

16. Conclusiones

El desarrollo de este proyecto permitió comprender la importancia del **diseño gráfico como herramienta estratégica** para el fortalecimiento y posicionamiento de emprendimientos emergentes dentro del sector de la belleza. La propuesta de identidad visual creada para Lash By Valeria se consolida como un recurso práctico y funcional que mejora la comunicación visual del emprendimiento y fortalece su percepción de profesionalismo, coherencia y confianza ante las clientas.

El proyecto demuestra que la identidad visual no es un elemento decorativo, sino un sistema estratégico capaz de articular valores, construir significado y generar experiencias coherentes en todos los puntos de contacto. La propuesta desarrollada representa un avance significativo para el emprendimiento, al proporcionar lineamientos claros y una estructura visual sólida que contribuye a su crecimiento, diferenciación y sostenibilidad en el mercado.

En conjunto, los resultados evidencian que una identidad visual bien construida permite comunicar con claridad, generar confianza y proyectar una imagen profesional que responde a las exigencias del sector estético contemporáneo. Este proyecto sienta las bases para la evolución futura de Lash By Valeria, fortaleciendo su presencia digital y su posicionamiento dentro de un mercado altamente competitivo.

Total inversión del emprendimiento

Concepto	Valor aproximado COP
Camilla de pestañas	500.000
Lampara profesional	200.000
Silla de trabajo	150.000
Carrito auxiliar	200.000
Pinzas profesionales	50.000
Organizadores	130.000
Adecuación y decoración del espacio	500.000
Compra inicial de insumos	600.000
Total de inversión inicial	2.300.000

Aunque la inversión inicial fue significativa, cada uno de estos elementos ha sido indispensable para brindar una atención adecuada y crear un espacio que refleje los valores de la marca. La comodidad del lugar, la organización del área de trabajo y la calidad de los materiales utilizados forman parte de la experiencia que vive cada clienta y contribuyen a fortalecer la confianza en el servicio.

15.2 Viabilidad económica del emprendimiento

Durante los dos años de funcionamiento de **Lash By Valeria**, el emprendimiento ha logrado mantenerse gracias a la prestación constante de sus servicios y a la fidelización de sus clientas. Actualmente se atienden, en promedio, veinte clientas al mes, lo que ha permitido cubrir los gastos necesarios para el funcionamiento del negocio y continuar invirtiendo en su crecimiento.

Gran parte de las nuevas clientas llegan por medio de las redes sociales y las recomendaciones de personas que ya han recibido el servicio. Esto demuestra que ofrecer una atención personalizada y mantener una buena experiencia para cada clienta genera confianza y favorece el crecimiento del emprendimiento sin depender exclusivamente de la publicidad paga.

Si bien el emprendimiento aún continúa en proceso de crecimiento, los resultados obtenidos hasta el momento permiten considerar que el modelo de negocio es viable, ya que ha logrado mantenerse en el tiempo y fortalecer progresivamente su presencia en el mercado.

15.3 Costos operativos

El funcionamiento de **Lash By Valeria** implica una serie de costos que deben asumirse de manera constante para garantizar la continuidad del servicio. Estos costos incluyen tanto los gastos relacionados con el funcionamiento del espacio de trabajo como la compra periódica de insumos especializados.

Entre los principales gastos mensuales se encuentran el servicio de internet y el consumo de energía eléctrica, necesarios para el desarrollo de las actividades diarias y la gestión de los canales digitales del emprendimiento. De igual manera, se realiza una inversión

constante en la compra de materiales como bandejas de pestañas, adhesivos, shampoo para pestañas, cintas, cepillos desechables, aplicadores, microbrush, gorros y tapabocas, los cuales son indispensables para cada procedimiento.

Dependiendo del número de servicios realizados durante el mes, la inversión destinada a estos insumos puede variar entre **\$100.000 y \$500.000**, manteniendo un costo operativo mensual aproximado de **\$320.000 a \$720.000**.

La adecuada administración de estos recursos permite garantizar la calidad del servicio sin afectar la estabilidad económica del emprendimiento, favoreciendo además la reposición oportuna de materiales y el cumplimiento de las condiciones de bioseguridad requeridas para cada procedimiento.

15.4 Reinversión como estrategia de crecimiento

Uno de los aspectos que ha favorecido el crecimiento de **Lash By Valeria** ha sido la reinversión constante de parte de los ingresos obtenidos. En lugar de destinar todos los recursos a beneficios personales, una parte importante se ha utilizado para adquirir nuevos insumos, mejorar los equipos de trabajo y adecuar continuamente el espacio de atención.

Asimismo, se ha invertido en fortalecer la presencia del emprendimiento en redes sociales mediante la creación de contenido, la mejora de la imagen de la marca y la implementación de una identidad visual más sólida y coherente.

Esta estrategia ha permitido mejorar la calidad del servicio, responder a las necesidades de las clientas y mantener actualizado el emprendimiento frente a las nuevas tendencias del sector de la belleza.

15.5 Crecimiento y sostenibilidad del negocio

Desde su creación, **Lash By Valeria** ha mostrado un crecimiento gradual. Actualmente cuenta con presencia en Instagram, TikTok y WhatsApp, plataformas que se han

convertido en los principales medios de comunicación con las clientas y en una herramienta importante para dar a conocer los servicios.

Además de la presencia digital, el emprendimiento ha logrado consolidarse gracias a la recomendación de las propias clientas, quienes, a partir de una experiencia satisfactoria, recomiendan el servicio a familiares y amigas. Este tipo de recomendación ha permitido ampliar el alcance del negocio y fortalecer la confianza en la marca.

La sostenibilidad del emprendimiento no depende únicamente de los ingresos obtenidos, sino también de la capacidad para mantener un servicio de calidad, ofrecer una atención personalizada y adaptarse a las necesidades de las clientas. Estos factores han permitido que el negocio permanezca activo durante dos años y continúe proyectando oportunidades de crecimiento.

15.6 Relación entre identidad visual y rentabilidad

La identidad visual representa mucho más que un logotipo o una combinación de colores. En un emprendimiento como **Lash By Valeria**, constituye una herramienta que permite transmitir profesionalismo, generar confianza y diferenciarse de otros negocios que ofrecen servicios similares.

A lo largo del desarrollo de este proyecto se ha evidenciado que contar con una identidad visual organizada y coherente fortalece la percepción que tienen las clientas sobre la marca. Aspectos como la presentación del espacio, la imagen en redes sociales, el diseño de las piezas gráficas y la uniformidad en la comunicación hacen que el emprendimiento proyecte mayor credibilidad y calidad.

En este sentido, la inversión realizada en el desarrollo de la identidad visual no debe entenderse como un gasto adicional, sino como una estrategia que aporta valor al emprendimiento. Una imagen profesional favorece el reconocimiento de la marca, fortalece la confianza de las clientas y contribuye al posicionamiento del negocio dentro del mercado, aspectos que influyen de manera positiva en su crecimiento y sostenibilidad.

La inversión realizada por Lash By Valeria no solamente responde a la adquisición de equipos e insumos necesarios para la prestación del servicio, sino que constituye un elemento estratégico para garantizar una experiencia estética coherente con la identidad visual propuesta. La adecuación del espacio, la selección del mobiliario y la calidad de los materiales fortalecen la percepción de profesionalismo, generando confianza y diferenciación frente a otros emprendimientos del sector.

17. Estrategia de posicionamiento de marca

El posicionamiento de una marca es un aspecto fundamental para cualquier emprendimiento, ya que permite que las personas la identifiquen, la recuerden y la diferencien de otras opciones que existen en el mercado. En un sector como el de la belleza, donde cada vez surgen más negocios dedicados a ofrecer servicios similares, contar con una identidad visual clara y una comunicación coherente puede convertirse en un factor determinante para generar confianza y atraer nuevos clientes.

En el caso de **Lash By Valeria**, el desarrollo de la identidad visual no solo busca mejorar la apariencia de la marca, sino fortalecer la forma en que las clientas la perciben. A lo largo de esta investigación se pudo evidenciar que la imagen de un emprendimiento influye en la decisión de compra, especialmente cuando el primer contacto con el cliente ocurre a través de las redes sociales. Una marca organizada, con una identidad definida y una comunicación uniforme transmite mayor profesionalismo y genera una sensación de seguridad antes de que la persona conozca el servicio.

Kotler y Keller (2012) mencionan que el posicionamiento consiste en lograr que una marca ocupe un lugar importante en la mente del consumidor, diferenciándose de la competencia mediante aquellos atributos que le aportan valor. Esta definición se relaciona directamente con el propósito de **Lash By Valeria**, ya que uno de los objetivos del proyecto es construir una identidad visual que permita que las clientas reconozcan fácilmente la marca y la asocien con un servicio de calidad, personalizado y confiable.

Durante los dos años de funcionamiento del emprendimiento ha sido posible identificar algunos aspectos que han favorecido su crecimiento. Uno de ellos ha sido la atención personalizada, ya que cada servicio se realiza teniendo en cuenta las características del

rostro, el estilo y las preferencias de cada clienta. Este aspecto ha permitido que muchas personas regresen nuevamente al estudio y, además, recomienden el servicio a familiares y amigas. Estas recomendaciones han sido una de las principales formas de dar a conocer el emprendimiento y demuestran que una buena experiencia genera confianza y fortalece el reconocimiento de la marca.

Sin embargo, aunque el servicio ofrecido ha sido bien recibido por las clientas, también se identificó la necesidad de fortalecer la imagen del emprendimiento para que todos los elementos de comunicación transmitieran el mismo mensaje. Antes del desarrollo de este proyecto no existía una línea gráfica definida, por lo que algunos elementos utilizados en redes sociales no mantenían una identidad visual uniforme. Esto hacía que la marca perdiera oportunidades para ser reconocida con mayor facilidad.

Por esta razón, la propuesta de identidad visual desarrollada en esta investigación busca unificar todos los elementos gráficos del emprendimiento. El logotipo, la selección de colores, la tipografía y el estilo de las publicaciones fueron diseñados para transmitir una imagen delicada, femenina y profesional, acorde con la personalidad de **Lash By Valeria** y con el tipo de experiencia que se desea ofrecer a las clientas.

La implementación de estos elementos también fortalece el branding del emprendimiento. El branding no se limita únicamente al diseño de una marca, sino que comprende todo aquello que las personas perciben y recuerdan de ella. La manera de comunicarse, la atención brindada, la calidad del servicio y la experiencia del cliente forman parte de esa construcción de valor que permite diferenciar un negocio de otro.

En **Lash By Valeria**, el valor de la marca no se encuentra únicamente en la aplicación de extensiones de pestañas. También está presente en la forma en que se recibe a cada clienta, en el tiempo dedicado a conocer sus preferencias, en la calidad de los materiales utilizados y en el cuidado de cada detalle durante el procedimiento. Todos estos aspectos hacen parte de la experiencia que ofrece el emprendimiento y contribuyen a que las clientas perciban un servicio más profesional y personalizado.

La percepción del consumidor es uno de los factores que más influye en el posicionamiento de una marca. Muchas veces las personas toman la decisión de solicitar

un servicio basándose en la imagen que observan en redes sociales, en las recomendaciones de otras personas o en la forma como un emprendimiento presenta su trabajo. Por esta razón, mantener una identidad visual coherente ayuda a transmitir mayor confianza y facilita que la marca permanezca en la memoria del público.

Actualmente, **Lash By Valeria** mantiene presencia en Instagram, TikTok y WhatsApp, plataformas que se han convertido en los principales canales de comunicación con las clientas. A través de estos medios se comparten fotografías de los trabajos realizados, videos, recomendaciones sobre el cuidado de las extensiones y contenido relacionado con el mundo de la belleza. Gracias a esta constancia, el emprendimiento ha logrado construir una comunidad de más de 400 seguidores en Instagram, quienes interactúan con las publicaciones y contribuyen a aumentar el alcance de la marca.

Aunque el número de seguidores continúa creciendo, el aspecto más importante no es únicamente la cantidad de personas que siguen la cuenta, sino la confianza que se ha logrado construir con las clientas. Gran parte de los nuevos servicios provienen de recomendaciones realizadas por personas que ya vivieron la experiencia de atención en **Lash By Valeria**. Esto demuestra que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente siguen siendo una de las estrategias más efectivas para posicionar un emprendimiento.

La identidad visual desarrollada en este proyecto permitirá fortalecer aún más este proceso, ya que facilitará que todas las publicaciones, piezas gráficas y elementos de comunicación mantengan una misma línea visual. De esta manera, las clientas podrán identificar la marca con mayor facilidad y asociarla con los valores que representa, como el profesionalismo, la delicadeza, la confianza y la atención personalizada.

Otro aspecto importante es la experiencia que vive la clienta durante todo el proceso. El posicionamiento de una marca no depende únicamente de una buena imagen, sino también de las emociones y sensaciones que genera en cada persona. Desde el primer mensaje recibido por WhatsApp o Instagram hasta la atención en el estudio y el seguimiento posterior al servicio, cada interacción contribuye a construir una percepción positiva del emprendimiento. Cuando esa experiencia es agradable, aumenta la probabilidad de que la clienta regrese y recomiende el servicio a otras personas.

Por esta razón, puede afirmarse que la identidad visual propuesta para **Lash By Valeria** representa mucho más que un cambio de imagen. Se convierte en una herramienta que acompaña el crecimiento del emprendimiento y fortalece la relación con las clientas. Una marca organizada, coherente y fácilmente reconocible transmite mayor confianza, mejora la percepción del servicio y contribuye a diferenciar el emprendimiento frente a otros negocios del mismo sector.

El posicionamiento de **Lash By Valeria** se construye a partir de la combinación de diferentes elementos. La calidad del servicio, la atención personalizada, la experiencia del cliente, la presencia en redes sociales y la identidad visual trabajan de manera conjunta para fortalecer el reconocimiento de la marca y generar mayor confianza en las personas. Esto demuestra que el diseño gráfico no solo aporta valor desde el aspecto visual, sino que también se convierte en una herramienta estratégica para apoyar el crecimiento, la fidelización de las clientas y la consolidación del emprendimiento en el mercado.

18. LIMITACIONES Y PROYECCIONES

Limitaciones

El desarrollo del proyecto presentó algunas limitaciones que deben considerarse al interpretar los resultados. En primer lugar, no se realizaron **pruebas cuantitativas**, lo que restringe la posibilidad de obtener datos estadísticos sobre la percepción del público. Asimismo, la **implementación depende del emprendimiento**, por lo que la aplicación efectiva del sistema visual está sujeta a la gestión y recursos disponibles por parte de Lash By Valeria.

Otra limitación corresponde a que no se desarrollaron **piezas impresas reales**, lo que impide evaluar su comportamiento material y su impacto en contextos físicos.

Finalmente, el **análisis de competencia fue local y digital**, lo que reduce el alcance comparativo frente a marcas de mayor escala o presencia nacional.

Proyecciones

A partir de los resultados del proyecto, se proponen diversas acciones estratégicas para fortalecer el crecimiento y la proyección futura de **Lash By Valeria**. En primer lugar, se sugiere **ampliar el portafolio de servicios** con el fin de diversificar la oferta y responder a nuevas necesidades del público. Asimismo, se recomienda **implementar campañas publicitarias digitales** que incrementen la visibilidad del emprendimiento y potencien su alcance en redes sociales.

Otra acción clave es **desarrollar un manual avanzado** que consolide lineamientos más detallados para el uso del sistema visual y facilite su aplicación coherente en el tiempo. También se plantea **explorar alianzas estratégicas** con marcas estéticas, creadoras de contenido o emprendimientos afines que aporten valor y amplíen la red de alcance.

De igual manera, se recomienda **expandir la presencia digital** mediante la incorporación de nuevos formatos, plataformas o estrategias de contenido que fortalezcan la comunicación visual. Finalmente, se sugiere **evaluar la expansión del espacio físico** como una proyección a mediano plazo, con el fin de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la capacidad operativa del emprendimiento.

Bibliografía

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Paidós.

Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking* (5th ed.). Kogan Page.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.^a ed.). Pearson Educación.
- Neumeier, M. (2006). *The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design*. New Riders.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management*. John Wiley & Sons.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). John Wiley & Sons.