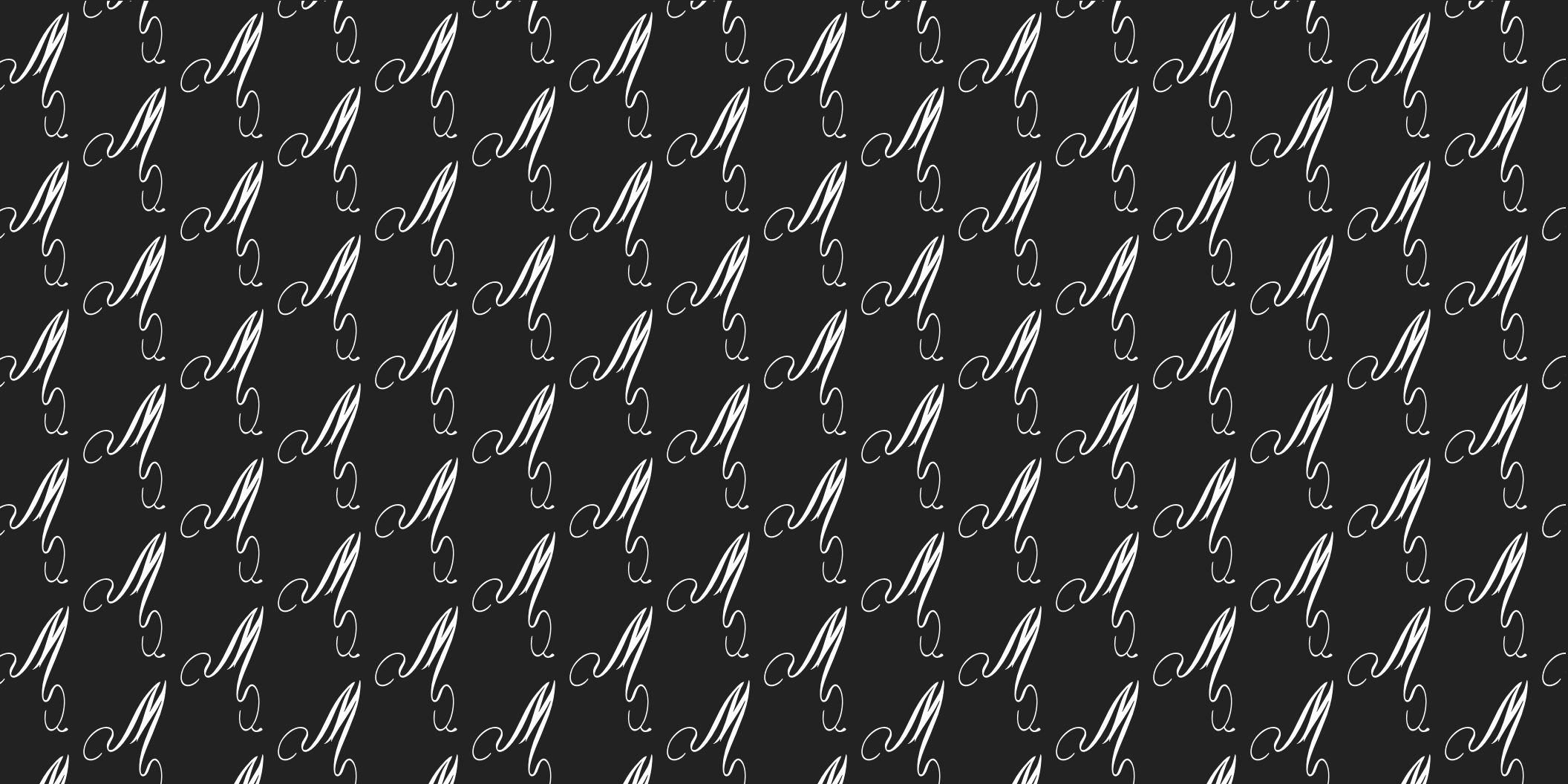
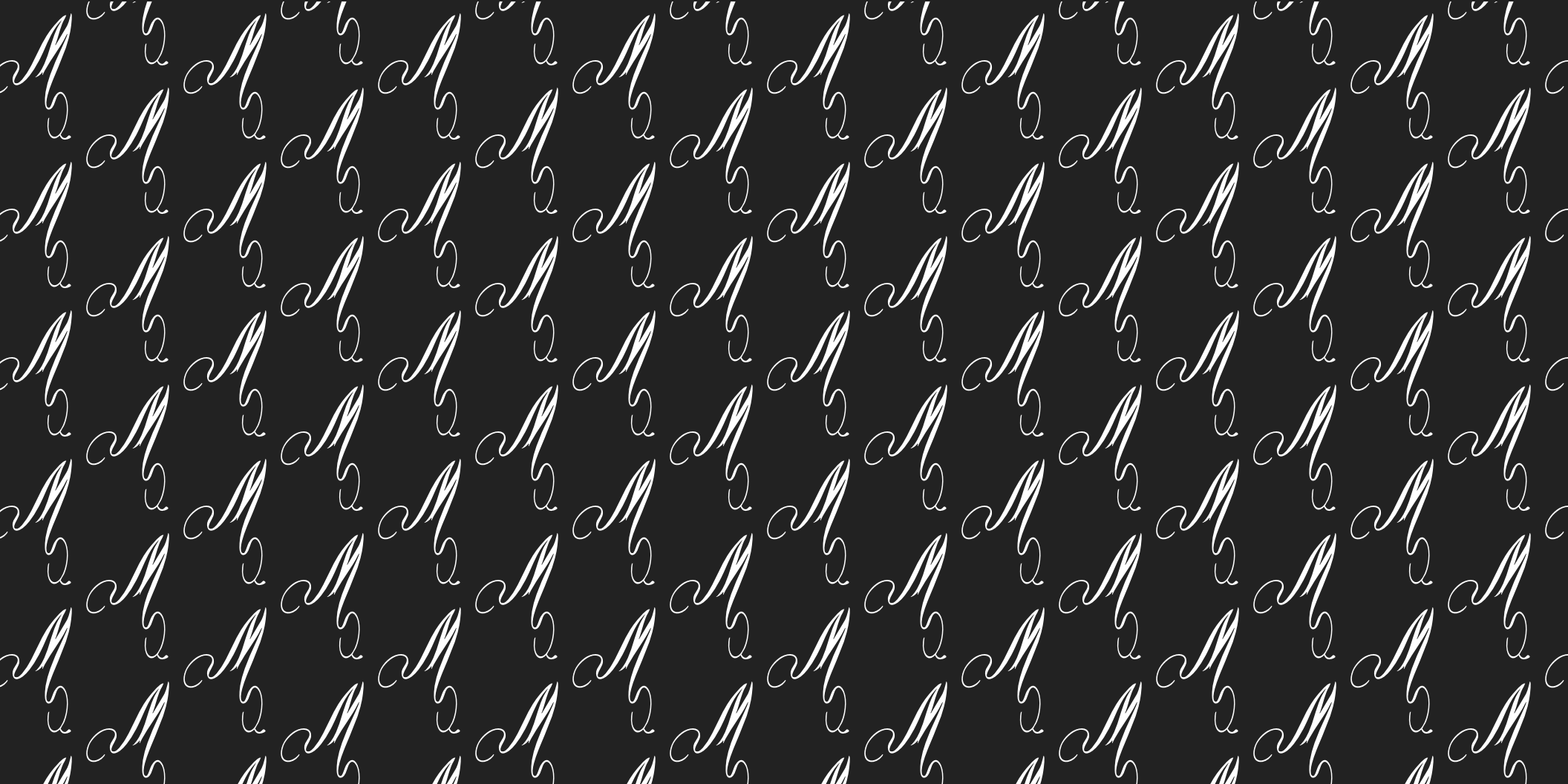


Content
Digital

Hair





Pontificia Universidad Javeriana Cali

Proyecto de grado

Diseño de Comunicación Visual

Comunicación

2025-2

Hecho por

Luisanna Salomé Calderón Vega

Cali, Colombia






Tema	6
Introducción	7
Justificación	8
Objetivos	9
Aliado/Usuario	11
Proceso Creativo	12
Sistema de Producto	13
Validación	19
Conclusiones	20
Agradecimientos	21



Estrategia de comunicación *digital*
para el posicionamiento de Marcelo's
Peluquería *Cali*



“La belleza del futuro se construye entre innovación y conexión digital, donde cada marca que se reinventa brilla con propósito propio”

Informe Económico de Belleza 2024

Situación abordada

Marcelo's Peluquería enfrenta el reto de consolidar su posicionamiento en el barrio El Ingenio, un entorno competitivo del sector belleza. A pesar de su trayectoria, la marca necesita fortalecer su presencia digital para diferenciarse y conectar emocionalmente con su público.

Justificación

El proyecto nace de la necesidad de potenciar la presencia digital de Marcelo's Peluquería, fortaleciendo su propuesta de valor y coherencia visual en redes sociales. A través de una comunicación estratégica, se busca proyectar la exclusividad, profesionalismo y cercanía que caracterizan a la marca dentro del sector de la belleza en Cali.

18%

del mercado nacional de peluquerías se concentra en Cali, destacándose por su dinamismo y competencia en zonas como El Ingenio. (Cámara de Comercio de Cali, 2024).

94%

de los colombianos utiliza redes sociales diariamente, siendo Instagram la plataforma preferida para marcas de belleza y lifestyle. (DataReportal, 2025)

60%

de los consumidores considera las redes sociales como su principal fuente de referencia al elegir servicios de belleza. (Cámara de la Industria Cosmética, 2023)

Objetivo General

Desarrollar una estrategia de comunicación digital que fortalezca el posicionamiento de Marcelo's Peluquería en Cali, orientada a atraer y fidelizar clientes de alto poder adquisitivo dentro del mercado capilar.

Objetivos Específicos

- 1.** Analizar el contexto global, nacional y local del sector de belleza y cuidado capilar, con énfasis en las dinámicas de comunicación digital y posicionamiento de marca.
- 2.** Identificar tendencias y mejores prácticas de comunicación digital aplicadas a salones de belleza, para extraer aprendizajes que orienten la conexión y fidelización del público objetivo.
- 3.** Formular la estrategia de comunicación digital para Marcelo's Peluquería, integrando narrativas visuales coherentes y proponiendo indicadores que permitan medir su impacto en el posicionamiento de la marca.

“La clave está en diseñar una experiencia integral donde cada detalle genere

Juan Pablo López



“Experto en servicio al cliente y experiencia”

“El posicionamiento se construye con coherencia y una propuesta clara que refleje exclusividad y confianza.”

Diana Aristizábal



“Experta en posicionamiento”

“Las redes deben inspirar y educar, mostrando la esencia premium de la marca con contenido de valor.”

Daniel Díaz



“Experto en marketing digital”

Marcelo's

Aliado

Unidades de negocio

Marcelo's Peluqueria y Marcelo's Academic

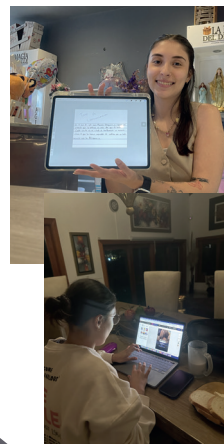
Usuario

La población de estudio está conformada por mujeres jóvenes y adultas, con edades entre 25 y 35 años, residentes en barrios exclusivos y zonas residenciales de alto nivel en Cali.

Empresa Familiar



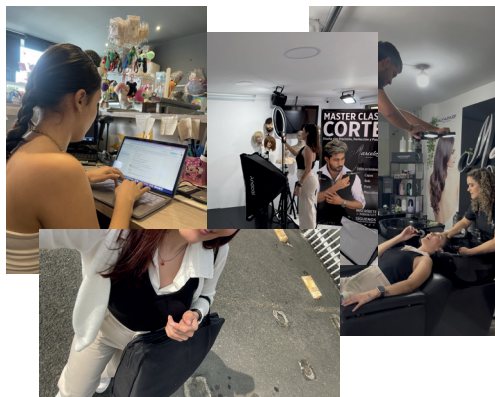
Narrativa visual



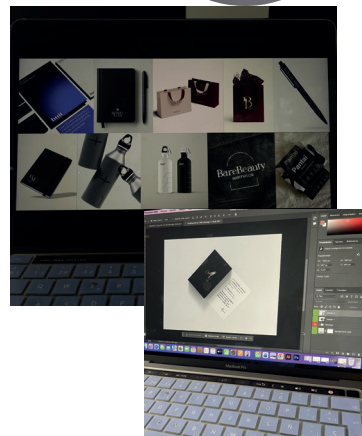
Kit Marcelo's Academy



Elementos Marcelo's Academy



Estrategia de comunicación digital



Kit spa Capilar

Bolsa



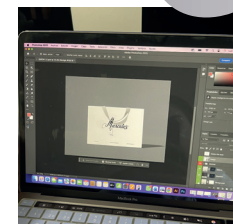
Toalla



Targeta



Kit exclusivo Spa Capilar



Sistema de producto

El sistema de producto se compone de un conjunto articulado de piezas digitales y físicas destinadas a fortalecer la experiencia de marca de Marcelo's Peluquería. Este integra contenidos estratégicos para redes sociales y la propuesta de kit capilar y academy, concebidos para consolidar la coherencia comunicativa y la percepción de su propuesta valor del salón. Su concepto se fundamenta en la unificación entre comunicación y experiencia, mediante recursos visuales e informativos que refuerzan la exclusividad, el bienestar capilar y la relación cercana con el cliente, contribuyendo a consolidar el posicionamiento de la marca en el entorno digital.

“Antes”



“Después”



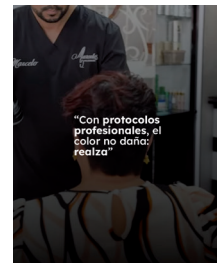
“Escanéa aquí”



Carruseles



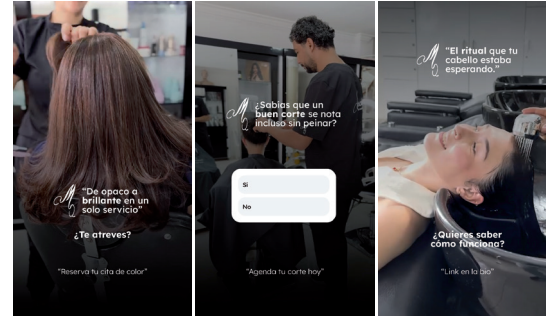
Posts



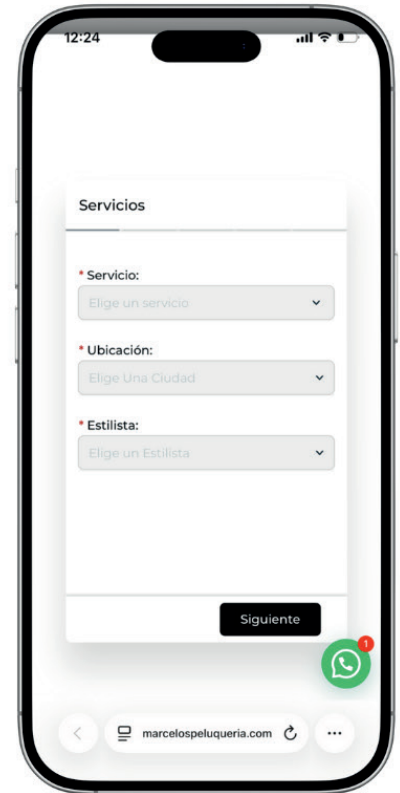
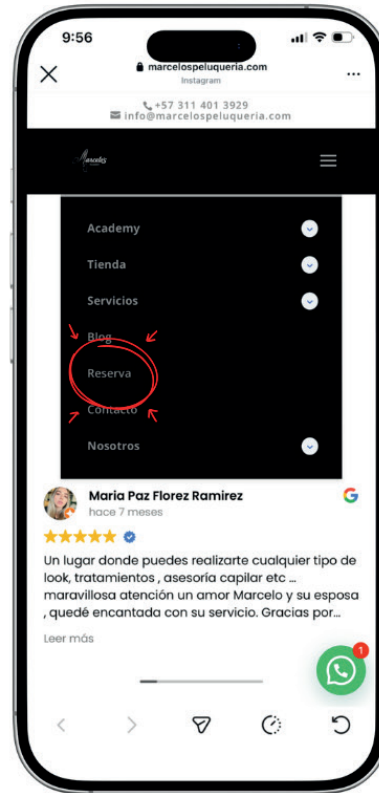
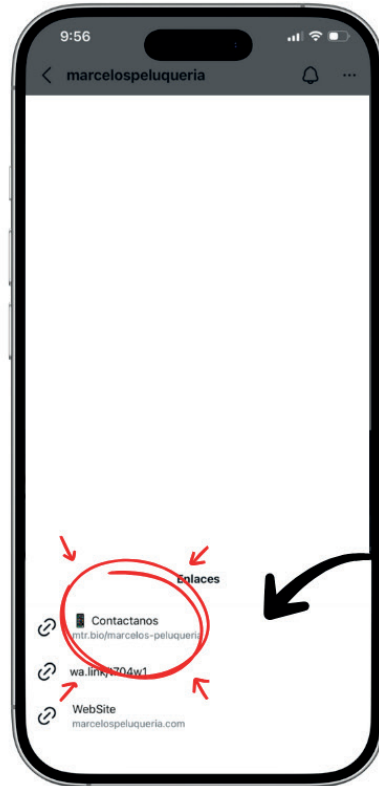
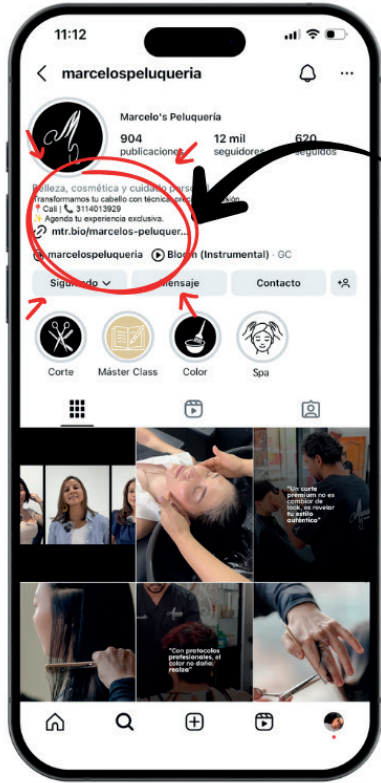
Reels



Historias



Agendamiento digital



Narrativa visual

“Antes”



“Después”



Versión reducida



Tipografía

Familia Lexend

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?#\$%&./@*

Colores

Además de los colores principales, negro (#000000), blanco (#ffffff) y plateado (#d1d1d1). Marcelo's tendrá un color complementario para las comunicaciones de Marcelo's Academic

#d1d1d1 R:209 G:209 B:209 C:0% M:0% Y:0% K:18%

Marcelo's Peluquería

#c6a15b R:198 G:161 B:91 C:21% M:33% Y:70% K:8%

Marcelo's Academic



Storytelling

Busca conectar emocionalmente con su público mostrando que la belleza va más allá de lo estético, es una experiencia de confianza y transformación. A través de una narrativa cercana y visual, la marca comunica que “el cabello habla antes que tú”, reflejando autenticidad, elegancia y cuidado en cada detalle.

Tono de comunicación

Refleja la esencia de Marcelo's sin perder su calidez y cercanía. Se definió un estilo elegante, aspiracional y empático, que transmite exclusividad y confianza a través de mensajes claros y visuales armoniosos. Este tono equilibra la sofisticación con la humanidad, posicionando a Marcelo's como una marca que inspira, conecta y proyecta autenticidad en cada interacción.



Bolsa



Tarjeta A.

Kit



Taza



Toalla



Elementos



Lapicero



Bolsa



Libreta

Validación

Se realizó la validación de los diseños propuestos para los kits y del sistema digital, obteniendo una respuesta positiva frente al contenido presentado. En el caso de los kits, se aplicó una

encuesta para conocer las preferencias del público, determinando así que el producto más votado sería el seleccionado como diseño ganador.

“La comunicación se siente más humana, profesional y alineada con lo que ofrece el salón”



“Se nota una mejora en la forma de comunicar, ahora se entiende mejor la propuesta y los servicios”



“Me gusta cómo la marca logra expresar experiencias reales y cercanas”

Conclusiones

La estrategia de comunicación digital desarrollada para Marcelo's Peluquería logró fortalecer su presencia en el mercado capilar del sur de Cali a partir de un enfoque centrado en el usuario y Desing Thinking sustentado en un análisis riguroso del contexto. La integración de metodologías como entrevistas, DOFA, benchmarking y la construcción del buyer persona permitió comprender con mayor precisión las necesidades, motivaciones y expectativas del público objetivo.

A partir de estos hallazgos, se estructuraron tácticas de contenido, lineamientos visuales y un sistema gráfico que aportaron coherencia, estética y claridad a la comunicación digital de la marca. Su implementación evidenció mejoras en la visibilidad, en la interacción con los usuarios y en la proyección de una identidad sólida y diferenciada.

Finalmente, la estrategia de fidelización, basada en generar experiencias positivas, confianza y cercanía, aportó al fortalecimiento del vínculo con los clientes. En conjunto, los resultados demuestran que una comunicación digital planificada, coherente y alineada con los valores de la marca contribuye de manera significativa al crecimiento, posicionamiento y consolidación de Marcelo's Peluquería en un sector altamente competitivo.

Agradecimientos

Agradezco a la Pontificia Universidad Javeriana Cali por brindarme las herramientas académicas y humanas que hicieron posible el desarrollo de este proyecto. A mis profesores, por sus orientaciones, exigencia y constante acompañamiento, que enriquecieron significativamente mi proceso formativo.

A Marcelo's Peluquería, por la confianza depositada en mí y por abrirme las puertas para comprender su esencia, permitiendo que esta propuesta se construyera de manera cercana y pertinente. A mi familia, por su apoyo incondicional, su paciencia y por ser mi mayor impulso en cada etapa de este camino. A mis amigas, compañeros y todas las personas que, con palabras de ánimo, consejos y compañía, acompañaron este proceso y me ayudaron a mantenerme firme en los momentos más retadores.

A cada persona que aportó, directa o indirectamente, a la realización de este proyecto, gracias por ser parte fundamental de este logro.

Muchas

Gracias

Luisanna Salomé Calderón Vega
Director: Faynory Triana Mora

