



Materiales de formación

Tratamiento Facial, de Cuello y Escote



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Este documento se desarrolló como un trabajo conjunto de organizaciones asociadas de Alemania, España, Italia, Chipre y Finlandia realizado dentro del proyecto "Mejora de las propuestas de FP en el sector del bienestar" (en adelante, *Skills for Wellness*, número de proyecto 2019-1-DE02-KA202-006180).

El proyecto *Skills for Wellness* tiene como objetivo dotar a los proveedores de servicios de bienestar, a los profesionales y a las instituciones de FP de las herramientas necesarias para evaluar y mejorar las competencias profesionales propias y de los empleados.



Confederación Española de
Centros de Enseñanza



Reconocimiento

Nos gustaría dar las gracias a todos los estudiantes, formadores, educadores, expertos e investigadores que han contribuido a la elaboración de este material.



© 2021. This work is licensed under a CC BY 4.0 license.

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Agreement No 2019-1-DE02-KA202-006180



Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN	4
Objetivo del material de formación para el sector del bienestar	4
Cómo utilizar y aplicar los materiales de formación para el sector del bienestar	4
Tratamientos Faciales, De Cuello y Escote	9
DIAGNÓSTICO DE LA PIEL Y TRATAMIENTOS DE BELLEZA	9
1.1 Diagnóstico De La Piel y Tratamientos De Belleza	11
1. Contribución teórica “Diagnóstico De La Piel ”	12
2. Tarea práctica “Plan de tratamiento facial”	18
3. Contribución teórica “ Anomalías, manchas y alteraciones patológicas”	21
4. Estudio de caso “ Piel atópica, Acné, Psoriasis, Herpes oral, Acné rosácea, Dermatitis perioral”	23
5. Contribución teorica “ Aparatos y dispositivos de tratamiento facial”, supervisión del trabajo	25
6. Tarea práctica “Competencias verdes en el tratamiento facial”	29
TRATAMIENTOS DEL ROSTRO, CUELLO Y ESCOTE [TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS]	31
1.2 Tratamientos del rostro, el cuello y el escote [tratamientos relacionados con los cuidados] ..	34
1. Simulación: «Cliente estándar: tratamiento estándar con AHA»	35
2. Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»	46
3. Análisis de vídeo: «Realización de un tratamiento con AHA»	49
4. Tarea práctica: «Creación de un vídeo sobre tratamientos faciales»	50
5. Demostración: «Tratamiento facial con AHA»	51
6. Tarea práctica: «Crear un protocolo para cada tipo de piel»	52
7. Juego de roles: «Comunicación y relación con los clientes»	55
8. Tarea práctica: «Tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos antienvjecimiento»	88
1.3 Masaje del rostro, cuello y escote [tratamiento relacionado con los cuidados]	108
1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»	109
2. Caso práctico: «Propuesta de un paquete de tratamientos faciales al cliente»	112
3. Análisis de vídeo: «Realización de un masaje»	116
4. Demostración: «Apoyo durante un masaje de tejido conectivo»	117
5. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»	118
ACTIVIDADES DE MAQUILLAJE [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	120
1.4 Actividades de maquillaje (tratamiento relacionado con la belleza)	123
1. Tarea práctica: «Asesorar al cliente»	124

2.	Ejercicio escrito: «Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje»	125
3.	Caso práctico: «Selección de colores para el maquillaje».....	130
4.	Simulación, demostración: «Aplicación de maquillaje para bodas».....	131
5.	Tarea práctica: «Forma del rostro y cutis».....	132
6.	Tarea práctica: «Seleccionar productos apropiados»	136
9.	Análisis de vídeo: «Análisis del color».....	145
10.	Ejercicio escrito: «Principios del maquillaje fotográfico»	148
11.	Demostración: «Maquillaje para pieles maduras»	152
12.	Tarea práctica: «Desmaquillado y cuidados faciales».....	154
13.	Tarea práctica: «Productos de maquillaje ecológicos»	156
14.	Tarea práctica: «Crear una historia en Instagram».....	159
15.	Tarea práctica: «Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles»	161
	MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL [TRATAMIENTO DE BELLEZA]	164
	1.5 Maquillaje Permanente Y Temporal [Tratamiento De Belleza]	167
1.	Tarea práctica "Creación de una página web informativa"	168
2.	Tarea práctica "Diseño de cejas para micropigmentación/ microblading".....	175
3.	Tarea práctica "Gestión de la documentación: consentimiento informado y ficha del cliente en la primera entrevista"	186
4.	Ejercicio escrito "Indicaciones y contraindicaciones antes y después del tratamiento"	192
5.	Estudio de caso "Medidas en la micropigmentación en una situación de pandemia"	199
6.	Análisis de vídeo "Extensiones de pestañas para diferentes formas de ojos"	205
7.	Estudio de caso "Asesoramiento sobre los tratamientos de seguimiento tras la aplicación de extensiones de pestañas".....	210
8.	Tarea práctica "Creación de una encuesta de satisfacción"	212

INTRODUCCIÓN

Este documento se desarrolló como un trabajo conjunto de organizaciones asociadas de Alemania, España, Italia, Chipre y Finlandia realizado dentro del proyecto "Mejora de las propuestas de FP en el sector del bienestar" (en adelante, *Skills for Wellness*, número de proyecto 2019-1-DE02-KA202-006180). El proyecto *Skills for Wellness* tiene como objetivo dotar a los proveedores de servicios de bienestar, a los profesionales y a las instituciones de FP de las herramientas necesarias para evaluar y mejorar las competencias profesionales propias y de los empleados.

Objetivo del material de formación para el sector del bienestar

Los recursos de formación creados por todo el equipo de Skills for Wellness tienen una estructura de módulos y contemplan todas las competencias profesionales relevantes, así como las habilidades transversales para quienes trabajan en el sector del bienestar. Estos materiales de formación se basan en las normas profesionales y han sido creados para ser una extensión y actualización de los materiales de formación existentes en el sector.

El primer paso consistió en mapear y redactar los estándares ocupacionales, con el fin de centrarse en las habilidades y destrezas prácticas profesionales, como la higiene, la dermatología/nutrición, los tratamientos faciales, el cuidado de manos y pies, el tratamiento corporal, el deporte y las actividades de tiempo libre, al igual que las habilidades transversales, como las lenguas extranjeras, la comunicación y las habilidades relacionadas con el medio ambiente. Estas competencias se agruparon en áreas y unidades de trabajo, con el fin de construir un itinerario de módulos que ayudará a diseñar los materiales de formación para el aprendizaje orientado al trabajo, e igualmente los procedimientos de evaluación con herramientas para la valoración y validación de las competencias adquiridas en los centros de FP y en un contexto no formal.

El objetivo de estos recursos de formación es apoyar:

- **los empleados** del sector del bienestar a seguir desarrollando sus competencias profesionales y transversales para satisfacer las exigencias de los empresarios
- **los empleadores** y los programas de FP en el sector del bienestar para responder a los desafíos de las competencias y las nuevas tendencias del sector del bienestar
- **los alumnos** de programas de FP en el sector del bienestar para prepararlos con las habilidades y competencias pertinentes

El enfoque utilizado para construir esos materiales de formación es un enfoque de **aprendizaje orientado al trabajo**, por ejemplo, algunos recursos pueden incluir simulaciones, estudios de casos, tareas prácticas con el uso de vídeos, software, audio, otros sitios web, etc.

Por otro lado, la atención a crear materiales de formación relevantes se centró en los tratamientos de belleza, el deporte y el fitness, el ocio y la recreación o la recreación terapéutica, pero también en las habilidades transversales como las lenguas extranjeras, la comunicación y el trabajo con el cliente, las habilidades digitales.

En el diseño de los materiales de formación, hemos considerado los temas más importantes relacionados con el sector del bienestar, como las **habilidades relacionadas con el medio ambiente** y la atención a los clientes con necesidades especiales (por ejemplo, mujeres embarazadas, personas mayores y personas con enfermedades cancerígenas) para crear recursos actualizados e interesantes para todos aquellos que deseen mejorar sus habilidades y capacidades.

Cómo utilizar y aplicar los materiales de formación para el sector del bienestar

Los recursos de formación han sido desarrollados conjuntamente por el consorcio gracias a la contribución principal de expertos y profesores de los centros de formación profesional y educativa

(centros de FP) y a la supervisión y contribución del mercado laboral, así como expertos externos y personal directivo del sector del bienestar.

Los materiales de formación se han creado para ser utilizados principalmente en dos entornos:

- en los **centros de formación profesional y educación** (programas de FP) impartidos por el personal de FP (profesores)
- en empresas que trabajan en el ámbito del bienestar (centros de belleza, gimnasios, spas de bienestar, hoteles y complejos turísticos en los que se presta atención a las necesidades específicas de los clientes)

Otra forma de utilizar este material es el **autoestudio/autoaprendizaje**: cualquier alumno (joven o adulto) interesado en mejorar sus competencias puede descargar libre y gratuitamente algunas áreas o unidades de los materiales de formación e iniciar su camino de enriquecimiento y mejora de sus conocimientos y habilidades en el sector del bienestar.

La estructura de los materiales de formación es la siguiente:

Cada área de trabajo se compone de una **serie de unidades**.

Cada unidad se basa en **un resultado de aprendizaje** descrito como conocimientos, competencias, responsabilidad y autonomía, que están relacionados con el rendimiento requerido en el ámbito del bienestar. El resultado del aprendizaje también se describe mediante una serie de indicadores demostrativos que ayudan al usuario a comprender qué prácticas comunes basadas en situaciones reales de trabajo se contemplan en la unidad y, al mismo tiempo, se requieren en el mundo laboral.

Para lograr el resultado del aprendizaje (referido a un nivel de rendimiento MEC 4 según las normas europeas) se han creado varios **materiales de formación**.

Por lo tanto, cada unidad contiene una serie de **actividades** que permiten al alumno alcanzar el objetivo de aprendizaje de la unidad. Todas esas actividades se han construido para cubrir, además de la capacidad de actuar profesionalmente, la capacidad de trabajar con seguridad (habilidades de higiene y seguridad) y de utilizar las habilidades transversales más importantes relacionadas con la profesión (atención al cliente y comunicación, habilidades ecológicas, habilidades TIC).

Por último, la **tipología de materiales/recursos** se resume en la primera parte de la descripción de la unidad.

Cada material/actividad tiene una descripción o presentación inicial que explica al lector cuál es el enfoque de la actividad y cuáles son los pasos para completar la tarea.

Cada actividad específica presenta su **tipología**, por ejemplo, si la actividad es individual, grupal o mixta; **la lista de materiales, equipos y herramientas** necesarios para completar la actividad/ejercicio/tarea y **el tiempo necesario**. Cada actividad se complementa con los anexos, la documentación, los ejercicios, los enlaces y todo lo necesario para desarrollar la actividad, y las **soluciones** respectivas, en su caso.

Todo este material de formación está pensado para utilizarse en los tres contextos de aprendizaje (en la escuela, en el trabajo o en casa para el autoaprendizaje).

En la siguiente guía, el alumno o el profesor de los centros de FP, así como el empresario o el empleado del sector del bienestar, pueden encontrar materiales y recursos de formación innovadores y actualizados elaborados con un enfoque de aprendizaje orientado al trabajo, en otras palabras, con resultados y objetivos claros de aprendizaje orientados al trabajo.

LOS MATERIALES DE FORMACIÓN

Área de trabajo 1: Tratamientos faciales, de cuello y escote

- 1.1 Diagnóstico de la piel y tratamientos de belleza
- 1.2 Tratamiento facial, de cuello y escote [tratamiento de atención]
- 1.3 Masaje facial, de cuello y escote [tratamiento de atención]
- 1.4 Actividades de maquillaje [tratamiento de belleza]
- 1.5 Maquillaje permanente y temporal [tratamiento de belleza]

Tratamientos faciales, de cuello y escote



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





DIAGNÓSTICO DE LA PIEL Y TRATAMIENTOS DE BELLEZA



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tratamientos Faciales, De Cuello y Escote

1.1		DIAGNÓSTICO DE LA PIEL Y TRATAMIENTOS DE BELLEZA	
Los resultados del aprendizaje se corresponden con MEC			MEC 4
Resultado del aprendizaje: El/ella es capaz de analizar los tipos de piel de la cara y evaluar los resultados para la planificación del tratamiento			Indicadores demostrativos
Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía	
Él/ella es capaz de	Él/ella es capaz de	Él/ella demuestra su capacidad de	Basados en situaciones reales de trabajo
<ul style="list-style-type: none"> Indicar los métodos y medios de diagnóstico necesarios para los tratamientos faciales sucesivos Explicar la estructura de la piel, los tipos de piel, sus características, funciones y posibilidades de tratamiento Describir el impacto de los factores externos e internos en el estado y funcionamiento de la cara, el cuello y el escote Describir el proceso de envejecimiento de la piel y los métodos que retrasan este proceso Identificar los tipos de cambios 	<ul style="list-style-type: none"> Seleccionar los métodos de diagnóstico y las herramientas diagnósticas (entrevista y observación, atención al cliente) necesarias para analizar el estado de la piel y decidir los tratamientos faciales Identificar el tipo de piel facial general del cliente (seca, normal, grasa, mixta) Identificar las anomalías y manchas faciales (incluidas las causadas por el sol, fumar, consumo de alcohol, nutrición), problemas de la piel como: acné, eczema, herpes labial (virus del 	<ul style="list-style-type: none"> Ocuparse de la realización de un análisis completo de la piel de la cara, evaluando las zonas de la piel normal/seca/grasa de la cara Mantener el límite entre las competencias del esteticista y las del dermatólogo Asesorar al cliente sobre las razones de las características individuales de la piel Plantear futuros tratamientos y ofrecer recomendaciones individuales justificadas sobre determinados productos o medidas para una mejora de la estructura cutánea del individuo en 	<ul style="list-style-type: none"> El/ella realiza el análisis de la piel de la cara e identifica el tipo de piel y lo incluye en el plan de tratamiento de manera profesional y comprensible, también en un idioma extranjero. El/ella identifica las anomalías faciales, las manchas y los cambios patológicos. El/ella identifica las técnicas de tratamiento facial y los aparatos/dispositivos básicos (ultrasonidos, peelings de diamante y radiofrecuencia) El/ella gestiona la relación con el cliente (entrevista y observación) El/ella asesora las características de la piel del rostro

<p>patológicos en la piel de la cara que obstruyen o impiden la realización de un tratamiento de belleza</p>	<p>herpes simple), psoriasis</p>	<p>base a las indicaciones recibidas</p>	<p>de forma individual y correcta al cliente y le da recomendaciones para el cuidado de la piel</p>
<p>Instrumentos de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Observación ● Demostración ● Estudio de casos ● Test 		

1.1 Diagnóstico De La Piel y Tratamientos De Belleza

Lista de materiales / actividades

1. Contribución teórica “Diagnóstico De La Piel ”
2. Tarea práctica “Plan de tratamiento facial”
3. Contribución teórica “ Anomalías, manchas y alteraciones patológicas”
4. Estudio de caso “ Piel atópica, Acné, Psoriasis, Herpes oral, Acné rosácea, Dermatitis perioral”
5. Contribución teórica “ Aparatos y dispositivos de tratamiento facial”, supervisión del trabajo
6. Tarea práctica “Competencias verdes en el tratamiento facial”

Objetivo de la unidad

Al final de esta unidad serás capaz de completar un análisis de la piel de la cara con el plan de tratamiento e identificar los tipos de piel. Realizarás las tareas de forma profesional y comprensible, incluso en un idioma extranjero. Además, será capaz de identificar las anomalías faciales, las manchas y los cambios patológicos. Identificarás las herramientas de tratamiento facial y los aparatos/dispositivos básicos. Se requieren habilidades de comunicación, bases dermatológicas y cosmetológicas, capacidad higiénica para resolver imprevistos.

Competencias Transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Gestión y procesos de apoyo
- Gestión del tiempo
- Conocimientos de las TIC
- Idiomas extranjeros
- Habilidades verdes

Competencias en materia de Higiene y Seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipamiento y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de aparatos y muebles, esterilización, etc.

Tipología de materiales/recursos

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> análisis de vídeo <input type="checkbox"/> simulación <input type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Estudio de caso <input checked="" type="checkbox"/> Seguimiento del trabajo <input type="checkbox"/> Diálogos <input type="checkbox"/> Ejercicio escrito <input checked="" type="checkbox"/> Otros: _____ |
|---|---|

Título del material/actividad	1. Contribución teórica “Diagnóstico De La Piel ”
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en repasar los conocimientos de los alumnos sobre la estructura y los tipos de piel y su capacidad de aplicar estos conocimientos en la práctica.</p> <p>Paso 1: Examinar la excreción de sebo de la piel, el tamaño de los poros, la estructura, el grado de hidratación, la elasticidad, la circulación sanguínea, el color/pigmento de la piel, la sensibilidad, otras notas (comedones, pápulas, pústulas, milia, telangiectasias, manchas hepáticas, vitíligo, acné, cicatrices, lunares, exceso de vello, etc.).</p> <p>Paso 2: Reconocer los tipos de piel: normal, seca, grasa y mixta.</p> <p>Esta actividad se puede realizar en inglés.</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la piel. Parte 1
Tiempo necesario	1 hora y 30 minutos
Anexos	Diagnóstico de la piel. Parte 1
Solución de la actividad	Después de la sesión, los alumnos pueden empezar a analizar la situación de la piel de los clientes y el tipo de piel.

Diagnóstico de la piel. Parte 1

Aspectos a considerar en el análisis de la piel

Cuando se determina el tipo de piel se debe contemplar lo siguiente:

- la función de las glándulas sebáceas y sudoríparas
- la textura de la piel: la piel seca se siente áspera y la piel grasa se siente suave
- el tamaño de los poros: en la piel grasa los poros son grandes debido a la excesiva secreción de sebo
- el tono de la piel
- la circulación de la piel
- la elasticidad de la piel
- el grado de hidratación de la piel
- las posibles hipersensibilidades de la piel
- las arrugas
- otros posibles cambios en la piel
- los métodos de tratamiento de la piel
- la profesión

Estilo de vida

- estilo de vida intenso, cuando no se dispone de tiempo para el autocuidado; personas como las amas de casa que tienen niños pequeños, personas orientadas a la carrera que no pueden dormir lo suficiente.

Salud

- el estado de la piel empeora debido a la medicación o a una enfermedad
- tratamiento de la piel
- productos de tratamiento de la piel erróneos o no se dispone de tiempo para el cuidado de la piel

Otras notas

- profesión: trabajar en un entorno que reseca la piel, por ejemplo, calefacción central, aire acondicionado o trabajar al aire libre
- el entorno puede ser polvoriento y sucio, lo que puede provocar pústulas y obstrucciones
- Es importante determinar el tipo de piel, porque sólo después es posible elegir los productos adecuados para el tratamiento.

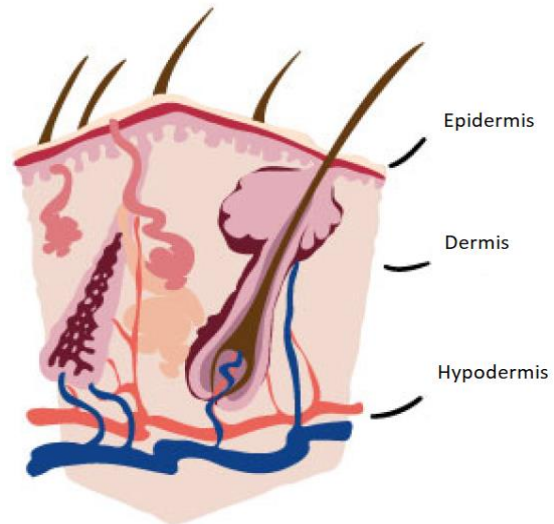
Estructura de la piel

La piel forma una capa exterior elástica que es receptiva a los estímulos sensoriales y protege otros órganos y tejidos. La piel no puede ser penetrada por el agua, por diferentes sustancias químicas o por microbios dañinos.

La piel ofrece protección contra la radiación UV y participa en la termorregulación, funciona como almacén de agua y grasa y produce vitamina D.

La piel de un adulto mide entre 1,2 y 1,3 metros cuadrados y representa el 5% del peso total del cuerpo (epidermis y dermis).

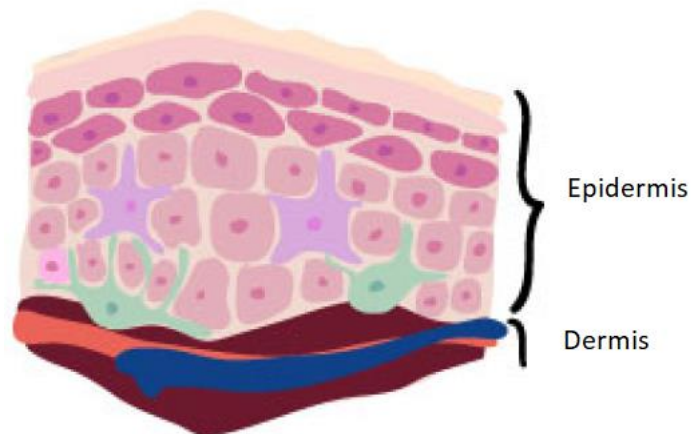
La piel está formada por la epidermis, que incluye la capa cornificada, la capa translúcida, la capa granular, la capa espinosa y la capa basal. La capa espinosa y la capa basal forman la capa Malpighiana. Debajo de la epidermis se encuentra el corion, llamado dermis, y debajo el tejido subcutáneo. El grosor del tejido subcutáneo varía según las personas.



Epidermis

La epidermis es la capa más externa de la piel y tiene un grosor de entre 0,005 y 0,20 milímetros. La epidermis está formada por un epitelio escamoso estratificado, que se regenera mensualmente. Las células son queratinocitos, que se dividen en la capa basal y gradualmente forman las diferentes capas y finalmente terminan como la capa de piel muerta, es decir, el estrato córneo de la piel. El estrato córneo contiene mucha queratina y se desprende de la piel.

La dermis, llamada corion, se encuentra debajo de la epidermis y es una capa elástica de vasos sanguíneos de aproximadamente 0,5 a 1,5 milímetros de grosor. La elasticidad de la dermis es el resultado del colágeno y la elastina entre las células.



Debajo de la dermis se encuentra el subcutis, llamado hipodermis, que consiste en tejido conectivo suelto y tejido graso. Para una persona delgada, el subcutis mide aproximadamente entre 2 y 10 milímetros y su grosor varía en diferentes partes de la piel, por ejemplo, en las nalgas el subcutis suele ser grueso.

Tipos de piel

Piel normal

En la piel normal la superficie es de color melocotón suave y lisa. Los poros son de tamaño normal. Los orificios foliculares, es decir, los ostium foliculares, son orificios de salida para los folículos pilosos, las glándulas sebáceas y las glándulas sudoríparas. Todas las funciones están en equilibrio. La piel normal no es brillante ni tensa. La superficie es elástica y con un bonito color. La piel no reacciona con fuerza. No hay impurezas en la piel, salvo algunos puntos negros en la nariz o la barbilla. Las células cutáneas muertas de la capa cornificada de la epidermis, los productos metabólicos microbianos, la humedad y la grasa de la superficie de la piel forman una película protectora que funciona, por ejemplo, como manto ácido. En este manto ácido se encuentran compuestos que absorben la humedad y evitan que ésta se evapore. Normalmente, este manto ácido mantiene la piel suave y elástica.

Después de la pubertad, la piel normal es poco frecuente. Debido a factores hormonales la piel puede volverse grasa, y con el envejecimiento la piel se vuelve seca.

Las características de la piel normal son:

- el color de la piel es sano y claro
- la piel no se siente seca ni grasosa
- la piel es suave y flexible
- la piel es elástica
- la epidermis tiene un grosor "normal"
- los poros son pequeños o normales
- puede haber algunas impurezas en la piel

Piel seca

La piel seca es hermosa cuando se es joven, pero con el envejecimiento la piel se arruga, especialmente alrededor de los ojos.

Las características de la piel seca son:

- el color de la piel es pálido
- la epidermis es fina
- la piel se siente seca después de la limpieza
- la piel suele tener un aspecto manchado
- las glándulas sebáceas de la piel funcionan mal, por lo que los poros son pequeños
- arrugas superficiales en la piel, sobre todo alrededor de la boca, y la piel se siente empolvada
- la piel es propensa a la cuperosis
- las razones de la sequedad de la piel son
 - a. la genética
 - b. autoinfligidas
 - el clima
 - la piel no ha sido cuidada adecuadamente
 - un tratamiento excesivo
 - c. factores fisiológicos
 - circulación sanguínea debilitada
 - d. otros factores
 - el estrés

Piel mixta

Después de la pubertad la piel puede tener características de distintos tipos de piel, y en esos casos el término es piel mixta.

Otras características de la piel mixta son:

- zona T grasa (frente, nariz, barbilla)
- mejillas secas o "normales"

Piel grasa

La piel comienza a volverse grasa durante la pubertad debido a las funciones hormonales.

Las características de la piel grasa son:

- el color de la piel es más amarillo
- la epidermis es gruesa
- debido a la hiperactividad de las glándulas sebáceas, la piel tiene un aspecto brillante, pero puede estar seca en la superficie
- los poros son grandes y abiertos y están elevados en los bordes
- la piel tiene impurezas
- algunas causas de la piel grasa:
 - a. genética
 - b. causas hormonales
 - c. hábitos nutricionales
 - d. falta de tratamiento adecuado
 - e. tratamiento excesivo
 - f. el estrés

Texto e imágenes originales en finlandés de: Katriina Ervelä (née Jokinen) y Kaija Keski-Honkola

Traducido directamente del material didáctico en línea publicado por la Agencia Nacional de Educación de Finlandia con el permiso de la Agencia, que fue concedido para el proyecto *Skills for Wellness*.



Solución

Los alumnos identifican los tipos de piel utilizando el material anterior.

- Normal
- Seca
- Mixta
- Grasa

Título del material/actividad	2. Tarea práctica “Plan de tratamiento facial”
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad permite a los alumnos practicar el plan de tratamiento facial en equipos utilizando el método " learning by doing " (para ello, los alumnos tienen que dividirse en equipos cuyos miembros elaborarán un plan de tratamiento facial para cada uno):</p> <p>Paso 1: Realizar la limpieza facial con productos (loción/gel/espuma y tónico) y utensilios (un bol, esponjas/compresas faciales).</p> <p>Paso 2: Rellenar el plan de tratamiento facial (bajo la supervisión del formador) utilizando un buen foco.</p> <p>Paso 3: Identificar el tipo de piel tras analizarla.</p> <p>Paso 4: Elección del objetivo del tratamiento facial y planificación del tratamiento paso a paso.</p> <p>Paso 5: Rellenar las instrucciones para los tratamientos en casa y de seguimiento.</p> <p>Paso 6: Rellenar las recomendaciones para la siguiente cita de tratamiento/tratamiento regular con dispositivos de cuidado de la belleza.</p> <p>Paso 7: Aplicación de la crema de día para la persona que ha sido " modelo".</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plan de tratamiento facial ● Bolígrafo
Tiempo necesario	1 hora (para un alumno) + 1 hora (para el otro alumno)
Anexos	Plan de tratamiento facial
Solución de la actividad	

Tarea práctica “Plan de tratamiento facial”

Experto en cuidado de la piel:	Fecha:
El tratamiento comenzó:	El tratamiento terminó:
Nombre del cliente:	Año de nacimiento del cliente:
Salud/medicamentos del cliente:	Posibles alergias:

EXCRECIÓN DE SEBO:

- normal
 aumentado
 disminuido

TAMAÑO DE LOS POROS:

- normal
 pequeño
 ampliado

ESTRUCTURA:

- normal
 gruesa
 fina

GRADO DE HIDRATACIÓN:

- normal
 epidérmico disminuido
 dérmica disminuida

ELASTICIDAD:

- normal
 disminuida
 flácida

CIRCULACIÓN SANGUÍNEA:

- normal
normal
 aumentada
 disminuida

COLOR/PIGMENTO DE LA PIEL:

- claro
 rojizo
 amarillento
 bronceado
 oscuro

SENSIBILIDAD:

- sensible



OTRAS NOTAS:

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> comedones: (micro)negro/blanco | <input type="checkbox"/> telangiectasia (couperosa) | <input type="checkbox"/> cicatrices |
| <input type="checkbox"/> pápulas | <input type="checkbox"/> manchas hepáticas | <input type="checkbox"/> lunares |
| <input type="checkbox"/> pústulas | <input type="checkbox"/> vitíligo | <input type="checkbox"/> exceso de vello |
| <input type="checkbox"/> milia | <input type="checkbox"/> acné | <input type="checkbox"/> _____ |

Otros:	TIPO DE PIEL:
Método de masaje:	PROPÓSITO DEL TRATAMIENTO:
Plan de tratamiento:	Explique sus decisiones:
INSTRUCCIONES PARA LOS TRATAMIENTOS EN CASA Y DE SEGUIMIENTO:	
Recomendaciones para la próxima cita de tratamiento/tratamiento sucesivo con dispositivos de cuidado de belleza:	
Plan de Tratamiento Facial Verificado ____/____ _____	

Título del material/actividad	3. Contribución teórica “ Anomalías, manchas y alteraciones patológicas”
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	La actividad permite a los alumnos repasar sus conocimientos sobre los cambios y las enfermedades de la piel, el envejecimiento de la piel y los cambios patológicos, así como debatir el material en grupo: Paso 1: Leer el material proporcionado. Paso 2: Discutir los contenidos en grupo.
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	Materiales necesarios: <ul style="list-style-type: none"> ● Diagnóstico de la piel. Parte 2 ● Ordenadores/teléfonos para los artículos online.
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	Diagnóstico de la piel. Parte 2

Diagnóstico de la piel. Parte 2

Cambios y enfermedades de la piel

(Fuente: <https://www.wederm.com/services/medical-dermatology/facial-skin-conditions/>)

- Pueden ser causados por microbios, genética, elementos que dañan la piel, problemas con las hormonas o la circulación sanguínea, hipersensibilidad
- Entorno laboral
- Deficiencias vitamínicas

La prevención es la clave

- **Limpieza;** elimina la suciedad de la piel
- **Hidratación;** ayuda a proteger la piel
- **Protección;**
 - de las abrasiones, los productos químicos y los cambios de temperatura
- Estilo de vida;
 - nutrición, recreación al aire libre y no fumar.

Envejecimiento de la piel

- Es una parte natural de la vida, el propósito no es prevenir el envejecimiento
- El envejecimiento es más visible en la piel
- La prevención es lo más importante (limpiar, hidratar, proteger)
- El envejecimiento es individual; depende de la genética, las hormonas, el cuidado de la piel y el estilo de vida
- El envejecimiento prematuro es más intenso

Consulta estos artículos:

<https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/why-your-face-ages-and-what-you-can-do> y <https://www.healthline.com/health-news/heres-what-to-know-about-getting-your-skin-checked#Perform-regular-skin-checks>

Título del material/actividad	4. Estudio de caso “ Piel atópica, Acné, Psoriasis, Herpes oral, Acné rosácea, Dermatitis perioral”
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en que los alumnos estudien en equipos:</p> <p>Paso 1: Distribuir un estudio de caso para un equipo (2-4 personas).</p> <p>Paso 2: Preparación de una presentación a partir del estudio de caso asignado por los equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Piel atópica o Acné o Psoriasis o Herpes oral o Acné rosácea o Dermatitis perioral • Causas y síntomas de la condición médica • Tratamiento de la piel e indicaciones para el cuidado en casa <p>Los equipos deben utilizar fuentes e imágenes fiables e incluir la lista de referencias en la presentación.</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enlaces de estudios de casos • Ordenadores y conexión a internet • Diferentes fuentes: los equipos utilizan la fuente proporcionada en los enlaces de los estudios de casos y buscan información de forma independiente
Tiempo necesario	<p>1 hora 30 min para los estudios de caso y la preparación de la presentación 20 minutos para la presentación</p>
Anexos	<p>Estudio de caso "Piel atópica, acné, psoriasis, herpes oral, acné rosácea, dermatitis perioral"</p>
Solución de la actividad	

Estudio de caso "Piel atópica, acné, psoriasis, herpes oral, acné rosácea, dermatitis perioral"

Tema 1: Piel atópica

<https://www.healthline.com/health/atopic-dermatitis/what-is-atopic-dermatitis>

Tema 2: Acné

<https://www.wederm.com/patient-library/acne/>

Tema 3: Psoriasis

<https://www.healthline.com/health/psoriasis>

Tema 4: Herpes oral

<https://www.healthline.com/health/herpes-simplex#What-is-herpes-simplex>

Tema 5: Acné rosáceo

<https://www.healthline.com/health/skin/rosacea#symptoms>

Tema 6: Dermatitis perioral

<https://www.healthline.com/health-news/face-masks-may-be-irritating-your-skin>

Título del material/actividad	5. Contribución teorica “ Aparatos y dispositivos de tratamiento facial”, supervisión del trabajo
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en que los alumnos examinen las herramientas y los dispositivos de tratamiento facial mediante la observación del trabajo (individual o por parejas):</p> <p>Paso 1: Realizar un seguimiento del trabajo en el salón de belleza de la escuela con alumnos mayores (si no es posible, irán a un salón de belleza real en un día de aprendizaje orientado al trabajo).</p> <p>Paso 2: Preparar un informe sobre las herramientas de tratamiento facial y los aparatos básicos: ultrasonidos, peeling de diamante y radiofrecuencia. En el informe se debe responder a las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de herramientas se utilizan y para qué? • ¿Qué tipo de aparatos se suelen utilizar en los tratamientos faciales en el salón de belleza (vida escolar/ laboral)? • ¿Cuál es la finalidad, los efectos y las contraindicaciones de los aparatos? <p>Paso 3: Lectura del material teórico, comprobación de las propias respuestas.</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/> Actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> Mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparatos de tratamiento facial
Tiempo necesario	<p>1 día en un salón de belleza (escuela/vida laboral) 2 horas para realizar un informe</p>
Anexos	Instrumentos de tratamiento facial
Solución de la actividad	

Instrumentos de tratamiento facial

- Un cuenco
- Esponjas faciales (o compresas faciales)
- Una losa de pomada
- Un extractor de comedones
- Pinzas de depilar
- Cepillo de abanico (para extender los sérums)
- Cepillo para mascarillas faciales
- Espátulas
- Y posiblemente:
 - Aguja de miliario
 - Recipientes/tazas de medición



Esponjas y/o compresas faciales

- Para limpiar la cara de productos
- Una compresa para calentar, hidratar y refrescar la piel

Extractor de comedones, por ejemplo, un removedor de puntos negros

- Para eliminar los puntos negros y los puntos blancos
- Acero inoxidable

Aguja para milia

- Para crear una pequeña abertura en la milia y los puntos blancos durante la limpieza manual
- Envasado individualmente, estéril, desechable, necesita ser desechado en el contenedor de residuos de riesgo con tapa

Espátula

- Para sacar los productos del bote de forma higiénica
- Para extender y retirar algunas mascarillas faciales
- De plástico, madera o acero inoxidable

Cepillo abanico

- Para extender el sérum y los exfoliantes

Cepillo para mascarilla facial

- Para extender productos de mascarilla facial

Dispositivos de tratamiento facial

ULTRASÓNICO

Función:

- Limpiar la piel, exfoliar, reafirmar y absorber
 - para aclarar las manchas del hígado y las cicatrices
- Se puede utilizar con tratamientos faciales y corporales
- Como tratamiento secuencial el más eficaz con productos especiales
 - por ejemplo, una vez a la semana durante un mes, después como tratamiento de mantenimiento seis veces al año
 - un tratamiento eficaz cuando se alterna con el tratamiento de peeling de diamante

El efecto:

- El ultrasónico trabaja con un conductor (el agua). El ultrasonido rompe el agua en pequeñas moléculas, por lo que el ultrasonido puede llegar a los poros y llevar las impurezas a la superficie con la ayuda de la vibración mecánica.

- Los ultrasónicos utilizan ondas sonoras de alto nivel, que son inaudibles para el ser humano.
- Como el tratamiento tiene diferentes niveles, se adapta bien a diferentes tipos de pieles (seca, normal, mixta y grasa).
- La absorción se realiza después del tratamiento, que es cuando el conductor a base de agua penetra más rápidamente en las capas superficiales de la piel.

Contraindicaciones:

- Epilepsia, trastornos de la circulación sanguínea, tuberculosis, embarazo, cambios en los lunares y tumores/cáncer, trozos de metal bajo la superficie de la piel, insuficiencia cardíaca o marcapasos, infecciones y heridas abiertas y posibles rellenos en, por ejemplo, la cara.

Desinfección:

- Limpiar el aparato después de cada uso según las instrucciones del aparato (lavado y desinfección).

Prestar especial atención a:

- Avoid using too little of the conductor substance, since it may cause tissue damage and burns.

Cualquier imprevisto y soluciones:

- Si el dispositivo duele o se siente demasiado caliente en la piel del cliente, calmar la piel con el agua fría y terminar el tratamiento. Indique al cliente que controle el estado de la piel, si la reacción de la piel empeora, indíquele que reserve una cita con el médico.

PEEL DE DIAMANTE

Función:

- Para exfoliar mecánicamente la piel con diferentes tipos y puntas de herramientas de diferentes tamaños.
- Puede utilizarse para el tratamiento del rostro y del cuerpo
 - especialmente para la limpieza de la espalda y el tratamiento de las estrías
- Como tratamiento consecutivo el peeling de diamante es el más eficaz con productos especiales
 - por ejemplo, una vez a la semana durante un mes, y después como tratamiento de mantenimiento seis veces al año

El efecto:

- La punta de la herramienta de peeling de diamante funciona con una bomba de succión que levanta la piel contra la punta de la herramienta de diamante y elimina eficazmente las células muertas y las impurezas de la piel
- La succión es ajustable, y las puntas de las herramientas de diamante tienen diferentes niveles de grosor
- El tratamiento es adecuado para la piel que necesita limpieza y/o para la piel envejecida

Contraindicaciones:

- No se recomienda para pieles sensibles, finas y/o couperosas.

Desinfección:

- Limpiar el aparato después de cada uso según las instrucciones del aparato (lavado y desinfección).

Cualquier imprevisto y soluciones:

- Si el aparato duele en la piel del cliente, compruebe la potencia del aparato. Reduzca la potencia de succión y, si sigue doliendo, calme la piel con agua fría y finalice el tratamiento. Indique al cliente que controle el estado de la piel, si la reacción de la piel empeora, indíquele que reserve una cita con el médico.

RADIOFRECUENCIA (RF)

Función:

- Tratamiento facial tonificante
 - Especialmente para la zona del contorno de los ojos
- Como tratamiento consecutivo es el más eficaz cuando se utiliza con productos especiales
 - por ejemplo, veces a la semana durante un mes, después como tratamiento de mantenimiento cada uno o dos meses.

El efecto:

- El efecto del dispositivo de tratamiento se basa en la energía, que calienta las capas de la piel mediante la conducción indolora de una fuerte radiofrecuencia en el tejido bajo la piel.
- El calor mejora la circulación sanguínea, y así se elimina más fácilmente el material de desecho metabólico del tejido.
- Estimula los puntos de colágeno, las membranas celulares se vuelven más fáciles de penetrar y se potencia la actividad enzimática.

Contraindicaciones:

- El tratamiento no se recomienda a las personas embarazadas, ni a las que padecen enfermedades generales difíciles, enfermedades de la piel o cáncer.

Desinfección:

- Clean the device after each use according to the device instructions (washing and disinfection)

Cualquier imprevisto y soluciones:

- Si el dispositivo duele o se siente demasiado caliente en la piel del cliente, calmar la piel con el agua fría y terminar el tratamiento. Indique al cliente que controle el estado de la piel, si la reacción de la piel empeora, indíquele que reserve una cita con el médico.

Título del material/actividad	6. Tarea práctica “Competencias verdes en el tratamiento facial”
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en que los alumnos estudien:</p> <p>Paso 1: Leer los artículos sobre la ecoeficiencia en los salones de peluquería y belleza.</p> <p>Paso 2: Debatir en equipos (2-4 personas) sobre las páginas web.</p> <p>Paso 3: Preparar en equipos una lista de recomendaciones para el salón de formación o el salón de la vida real sobre cómo deberían incorporar las habilidades ecológicas en el tratamiento facial.</p> <p>Paso 4: Elaborar esta lista en la lengua materna y en inglés.</p> <p>Paso 5: Devolver la tarea al formador por correo electrónico.</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/> Actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> Mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enlaces a los materiales de ecoeficiencia: https://www.greensalon.eu/eco-efficiency-in-hair-and-beauty-salons.html http://www.businessperformance.org/sites/default/files/Beauty_salons_fs2.pdf • Ordenadores y conexión a internet
Tiempo necesario	<p>30 minutos para la lectura de los artículos y la discusión en los equipos/grupos</p> <p>1 hora y 20 minutos para preparar las referencias con el equipo/grupo</p> <p>10 minutos para devolver la tarea al profesor por correo electrónico</p>
Anexos	
Solución de la actividad	



TRATAMIENTO FACIAL, DE CUELLO Y DE ESCOTE [TRATAMIENTO DE ATENCIÓN]



1.2		TRATAMIENTOS DEL ROSTRO, CUELLO Y ESCOTE [TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de realizar tratamientos faciales teniendo en cuenta las normas de higiene y de penetración en la piel y entendiendo las necesidades del cliente.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar las precauciones y requisitos universales de salud, higiene y penetración de la piel relevantes para los tratamientos faciales • Explicar tipos de tratamientos realizados en el rostro (incluyendo la zona de los ojos), el cuello y el escote, por ejemplo, nutritivos, hidratantes, normalizantes, reafirmantes, exfoliantes, limpiadores, regeneradores. • Describir las contraindicaciones de formulaciones cosméticas, ingredientes y tratamientos faciales específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elegir tratamientos terapéuticos, incluyendo sus indicaciones y contraindicaciones, para el cuidado de la cara, el cuello y el escote. • Seleccionar y preparar los productos adecuados según el tratamiento facial utilizado (mascarillas, peeling), las peticiones del cliente y las propiedades de la piel y describir su uso. • Identificar alergias y efectos secundarios de los tratamientos o productos al leer las descripciones de los productos. • Elegir preparaciones, aparatos y herramientas y accesorios para los tratamientos del 	<ul style="list-style-type: none"> • En base a las indicaciones recibidas, realizar la limpieza y los tratamientos faciales específicos eligiendo los productos más adecuados y respetando las normas de higiene y seguridad y el tiempo de ejecución, así como mantener una actitud amable, escuchar y transmitir confianza al cliente. • Determinar la duración del tratamiento, la secuencia, los costes y el cálculo de precios e informar al cliente en consecuencia. • Asesorar sobre tratamientos faciales, conociendo las técnicas de comunicación y la 	<ul style="list-style-type: none"> • Rellena la ficha del cliente, utilizando técnicas visuales y táctiles para detectar cambios en la piel, además de la técnica de la entrevista para rellenar la parte dedicada a la anamnesis general. • Demuestra habilidades interpersonales para manejar la relación con los clientes durante el tiempo del tratamiento. • Prepara el espacio con todo el material necesario para poder realizar el tratamiento. • Recomienda los productos y propone los tratamientos más adecuados con base en sus conocimientos cosmetológicos y dermatológicos.

<ul style="list-style-type: none"> • Explicar las diferencias entre los productos terapéuticos, los cosméticos y los «cosmecéuticos». • Explicar la química cosmética, las funciones y efectos de los ingredientes del producto (naturales y artificiales) en la piel. • Describir el tipo, composición y método de aplicación de los productos cosméticos que se utilizan en los tratamientos faciales. • Enumerar los tipos de preparaciones, herramientas y utensilios utilizados en los tratamientos faciales. • Explicar cómo se utilizan los instrumentos manuales y los equipos electromédicos para los tratamientos faciales. • Nombrar técnicas para eliminar el vello facial (depilación). • Distinguir tratamientos para diferentes 	<p>cuidado de la cara (incluida la zona de los ojos), el cuello y el escote.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar técnicas manuales en el rostro para los tratamientos seleccionados. • Utilizar adecuadamente equipos mecánicos y eléctricos para tratamientos faciales. • Aplicar varios métodos de depilación según el estado de la piel. • Registrar los resultados del tratamiento en el plan de tratamiento del cliente. 	<p>terminología utilizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recomendar productos para una rutina habitual de cuidado de la piel, explicándolos de forma clara y sencilla. • Evaluar los efectos del tratamiento y realizar correcciones o cambios si el producto o tratamiento aplicado no es el adecuado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las técnicas de higiene y sabe cómo ponerlas en práctica. • Realiza el tratamiento en el tiempo fijado y siguiendo las secuencias correctas. • Maneja los imprevistos relacionados con el comportamiento del cliente o con las complicaciones que puedan surgir durante el tratamiento.
---	--	--	--

tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc.			
Herramientas de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> ● Observación ● Demostración ● Caso práctico ● Test 		

1.2 Tratamientos del rostro, el cuello y el escote [tratamientos relacionados con los cuidados]

Lista de materiales y actividades

1. Simulación: «Cliente estándar: tratamiento estándar con AHA»
2. Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»
3. Análisis de vídeo: «Realización de un tratamiento con AHA»
4. Tarea práctica: «Creación de un vídeo sobre tratamientos faciales»
5. Demostración: «Tratamiento facial con AHA»
6. Tarea práctica: «Crear un protocolo para cada tipo de piel»
7. Juego de roles: «Comunicación y relación con los clientes»
8. Tarea práctica: «Tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos antienvjecimiento»

Objetivo de la unidad

Al finalizar esta unidad serás capaz de elaborar una ficha del cliente y utilizar la información recopilada en ella para realizar un tratamiento correcto. Se requieren dotes de comunicación, bases dermatológicas y cosmetológicas y conocimientos de higiene para resolver imprevistos.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|---|--|

Título del material o actividad	1. Simulación: «Cliente estándar: tratamiento estándar con AHA»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en simular la gestión de un cliente estándar durante la ejecución de un tratamiento facial con AHA respetando las siguientes fases de trabajo:</p> <p>Paso 1: recibir al cliente.</p> <p>Paso 2: preparar al cliente para el tratamiento.</p> <p>Paso 3: rellenar la ficha de cliente (a través de una breve entrevista con el cliente).</p> <p>Paso 4: realizar el protocolo de tratamiento.</p> <p>Paso 5: despedir al cliente; ofrecerle un asesoramiento final (propuestas de tratamientos posteriores en casa, plan de citas y gestión de agenda).</p> <p>La tarea también puede realizarse en inglés, para mejorar los conocimientos del alumno de esta lengua.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ficha de cliente: ficha de la cara ● Agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lámpara con lupa, material desechable, esponjas, cuencos, espátulas y pinceles <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desmaquillante de ojos, espuma limpiadora a base de ácido mandélico, sinergia relajante linfovital, peeling de ácido mandélico, sérum emoliente, mascarilla exfoliante enzimática, crema de ácido mandélico ● cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	Ficha de cliente: ficha de la cara Procedimiento de control del tratamiento con AHA (Pro Age) Agenda de papel o electrónica
Solución de la actividad	Ejemplo de conversación en inglés para tratar con clientes durante un tratamiento

Ficha de cliente: ficha de la cara

FICHA DE CLIENTE



NOMBRE

APELLIDOS

FECHA DE NACIMIENTO

DIRECCIÓN

CIUDAD

TELÉFONO MÓVIL

PROFESIÓN

HISTORIAL GENERAL

ACTIVIDAD	<input type="checkbox"/>	SEDENTARIA	<input type="checkbox"/>	NORMAL	<input type="checkbox"/>	DINÁMICA
ALTERACIONES GÁSTRICAS	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
TRASTORNOS GASTROINTESTINALES	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
DIURESIS	<input type="checkbox"/>	ESCASA	<input type="checkbox"/>	NORMAL		
PROBLEMAS DE TIROIDES	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	HIPO	<input type="checkbox"/>	HIPER
PROBLEMAS DE CIRCULACIÓN LINFÁTICA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
PROBLEMAS EN LA CIRCULACIÓN SANGUÍNEA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
CALAMBRES, HORMIGUEO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Dónde?
¿USO DE ANTICONCEPTIVOS?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿USO DE MEDICAMENTOS?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuál(es) ?
MENSTRUACIÓN	<input type="checkbox"/>	REGULAR	<input type="checkbox"/>	IRREGULAR	<input type="checkbox"/>	MENOPAUSIA
INTERVENCIONES QUIRÚRGICAS			<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ
¿CUÁL(ES)?						
EMBARAZO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		Número
ALERGIAS	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿CUÁL(ES)?						
ENFERMEDADES IMPORTANTES			<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ
¿CUÁL(ES)?						
FUMA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuántos cigarrillos al día?
ACTIVIDAD FÍSICA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿Cuál(es)?						
¿BEBE AGUA?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuántos litros por semana?

TIPO DE ROSTRO



COLOR	<input type="checkbox"/> Rosada	<input type="checkbox"/> Sofocada	<input type="checkbox"/> Grisácea	<input type="checkbox"/> Pálida
	<input type="checkbox"/> A manchas	<input type="checkbox"/> Amarillenta		
DESHIDRATACIÓN	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> externa	<input type="checkbox"/> profunda	
CUTIS	<input type="checkbox"/> Fino	<input type="checkbox"/> Grueso	<input type="checkbox"/> Medio	
ENVEJECIMIENTO	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Externo	<input type="checkbox"/> Profundo	
	<input type="checkbox"/> Arrugas	<input type="checkbox"/> Flacidez	<input type="checkbox"/> Pérdida de elasticidad	<input type="checkbox"/> Pérdida de firmeza
CIRCULACIÓN	<input type="checkbox"/> Normal	<input type="checkbox"/> Eritema	<input type="checkbox"/> Eritrosis	<input type="checkbox"/> Cuperosis
	<input type="checkbox"/> Rosácea			
SECRECIONES SEBÁCEAS	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí		
	<input type="checkbox"/> Pápulas	<input type="checkbox"/> Pústulas	<input type="checkbox"/> Microquiste s	<input type="checkbox"/> Quistes
	<input type="checkbox"/> Nódulos	<input type="checkbox"/> Lesiones de acné		

TIPO DE PIEL

NORMAL

DESHIDRATADA

ENVEJECIDA

SENSIBLE

GRASA

Seborrea seca

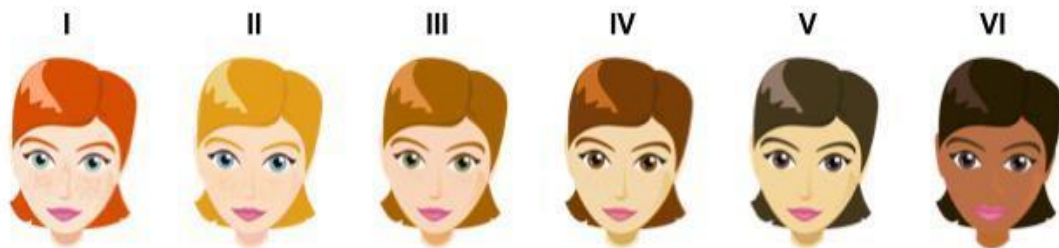
Seborrea grasa

MIXTA

Central

Lateral

FOTOTIPO



ACEITES ESENCIALES UTILIZADOS EN EL MASAJE DEL TEJIDO CONJUNTIVO FACIAL

1. Fecha _____

2. Fecha _____

3. Fecha _____

4. Fecha _____

**TRATAMIENTOS
REALIZADOS
PREVIAMENTE**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

**TRATAMIENTOS Y
MEDIDAS
RECOMENDADOS**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

**CUIDADOS EN EL
HOGAR
(qué usar, cómo y
cuándo)**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Procedimiento de control del tratamiento con AHA (Pro Age)

Fases del tratamiento básico con AHA (Pro Age)

Paso 1

Limpieza de preparación: desmaquillar y limpiar la cara, el cuello y el escote con espuma de mandélico. Para el área ocular, utilizar el producto bifásico.

Paso 2

Aplicar unas gotas de sinergia relajante (aceites esenciales de naranja, bergamota y lavanda) en el plexo solar y en el centro de la frente y unas gotas de linfovital (mejorana, clavel, comino y romero) en los puntos de descarga (ganglios linfáticos).

Paso 3

Aplicar gotas de mandélico con un pincel en el rostro, el cuello y el escote, teniendo cuidado de evitar la región de los ojos y los labios donde se recomienda colocar un algodón empapado en loción tónica, y dejar actuar de 5 a 7 minutos. Si el cliente siente picor o la piel presenta mucho enrojecimiento, retirar la mascarilla inmediatamente y proceder con el complejo skin perfection (a base de ácido hialurónico, gel de aloe vera y fitocolágeno), para reequilibrar el pH de la piel.

Paso 4

Retirar el peeling ácido: quitar con esponjas y agua tibia.

Paso 5

Reequilibrar la piel: aplicar sobre el rostro, el cuello y el escote el complejo skin perfection (a base de ácido hialurónico, gel de aloe vera y fitocolágeno), de acción rehidratante y equilibrante del pH cutáneo. Masajear suavemente hasta que se absorba.

Paso 6

Peeling peptídico-enzimático: aplicar, sobre el rostro, el cuello y el escote la mascarilla de enzimas (a base de extracto de semillas de calabaza y péptidos biomiméticos) que realizará la segunda parte del peeling. Dejar actuar 10 minutos y retirar con abundante agua tibia.

Paso 7

Finalización: aplicar la crema mandélica y realizar un ligero masaje en el rostro, el cuello y el escote hasta su absorción.

Agenda de papel o electrónica



Empresa/clase



DÍA MES AÑO

HORARIO	Amanda	Jennifer	María	Cristina				
08:30								
08:45								
09:00								
09:15								
09:30								
09:45								
10:00								
10:15								
10:30								
10:45								
11:00								
11:15								
11:30								
11:45								
12:00								
12:15								
12:30								
12:45								
13:00								
13:15								
13:30								
13:45								

14:00									
14:15									
14:30									
14:45									
15:00									
15:15									
15:30									
15:45									
16:00									
16:15									
16:30									
16:45									
17:00									
17:15									
17:30									
17:45									
18:00									
18:15									
18:30									
18:45									
19:00									

Ejemplo de conversación en inglés para tratar con clientes durante un tratamiento

- Recepción de la cliente

Esteticista: Good morning, Mrs. Evelyn, how are you today?

Clienta: Good morning Zoe, fine thanks, and you?

E: Pretty well. Please, follow me, your cabin is ready. Could you please take off your shirt, necklace and earrings, put on your headband and lie down? I will come to you right away.

(al poco rato)

E: Mrs. Evelyn, are you comfortable?

C: Yes, I am. Thanks Zoe.

- Tratamiento facial (unidad 1.2)

E: Today, we are going to do a regenerating facial treatment at the A.H.A. We are going to gently exfoliate the skin and then nourish it. It is an anti-aging treatment.

C: Well, so are you going to work on wrinkles?

E: Yes, I am. I'll start with a cleansing and an application of mandelic acid and we'll leave it on. If it itches, don't worry it's normal.

C: All right, thank you for your explanation.

E: Mrs. Evelyn, do you feel itchy or uncomfortable?

C: A little burning.

E: Is it bearable?

C: Yes, it is.

E: Very good. Now I am going to apply the regenerating mask and let it rest for 20 minutes.

If you need me, please call me. I'll leave you alone in the cabin for a while.

C: So, are you going to put the mask on me?

E: Yes, I am.

C: During the treatment, could you please pull up the back of the bed?

E: Of course, I can.

E: Are you all right, Mrs. Evelyn? Is there anything else I can do for you?

C: Yes, I'm alright thank you.

- Tratamiento de masaje facial (unidad 1.3)

E: Now I'll take you off the mask and I will perform you a connective tissue massage. This massage is excellent as an anti-aging treatment.

E: Mrs. Evelyn, we're done. How does the skin feel?

C: It feels fresh and well hydrated, soft.

E: I am glad; you have now a beautiful glowing skin. I will recommend you no sun exposure during the following 2 days.

C: Why?

E: This is a deep exfoliation treatment, although it is a delicate one, and the skin may be a little sensitive. However, do not worry about it; it is just an ordinary precaution.

E: Mrs. Evelyn, I will wait for you at the reception.

(en la recepción)

- Despedida de la cliente

C: Zoe, could you please sign me up for an appointment on Friday at 10.

E: Certainly.

C: How much is it?

E: It is 80 euros. Do you need a receipt?

C: No, thanks.

E: Here is your change.

C: Don't worry, you can keep it.

E: Thanks a lot Mrs. Evelyn. See you next Friday at 10. Please contact me if you need anything else. I greet you and wish you a good weekend.

C: Thanks Zoe, a good weekend to you too.

Título del material o actividad	2. Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad ayuda a los alumnos a atender a los clientes especiales. Este es el caso de una clienta especial que necesita/quiere un tratamiento con AHA (alfa-hidroxicidas).</p> <p>La actividad consiste en estudiar el caso y comprender los elementos esenciales para administrarle el tratamiento correcto a la clienta.</p> <p>Los alumnos pueden trabajar en este caso por sí mismos o el capacitador puede usarlo de dos maneras: de forma escrita u oral.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»
Tiempo necesario	<p>Lectura del caso: 5 min</p> <p>Ejecución del caso: depende de si se realiza de forma escrita u oral.</p>
Anexos	Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»
Solución de la actividad	Solución de la actividad: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»

Caso práctico: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»

Una nueva cliente llega a tu centro de estética y te pide asesoramiento sobre los tratamientos faciales. *La cliente tiene 68 años, nunca ha ido a una esteticista y, para los cuidados en casa, utiliza productos de supermercado con principios activos a base de ácido hialurónico con un porcentaje igual al 0,001 por ciento. Es fumadora, casi un paquete y medio al día, y bebe 75 cl de agua al día. Tiene la piel sensible y manchas oscuras distribuidas en las mejillas y la frente, arrugas nasogénicas y arrugas perilabiales marcadas.*

A partir de la información proporcionada, analiza el caso y responde las siguientes preguntas:

P: ¿Qué tienes en cuenta para hacer el análisis?

P: ¿Qué tratamiento(s) le propondrías a la cliente?

P: ¿Con qué frecuencia y durante cuánto tiempo harías que la cliente viniera a tu centro?

P: ¿Cuál es el mejor momento para usar ácidos? ¿Por qué?

P: ¿Para qué propondrías los AHA?

P: ¿Por qué se marcan las arrugas perilabiales?

Solución de la actividad: «Tratamiento con AHA para clientes especiales»

Preguntas y respuestas

P: ¿Qué tienes en cuenta para hacer el análisis?

R: Hay que tener en cuenta la edad de la clienta, ya que nos da a entender en qué etapa de alteración de la piel nos encontramos (envejecimiento); tomamos en cuenta que nunca ha ido a la esteticista y que el producto que utiliza, aunque se basa en el ácido hialurónico, no es efectivo debido al bajo porcentaje del principio. Además, esto quiere decir que la clienta nunca ha tratado su piel. También consideraremos que, siendo fumadora, tiene los folículos agrandados y que tendrá la piel mal hidratada debido a la poca cantidad de agua que bebe a lo largo del día. Por último, tendremos en cuenta que tiene la piel sensible y que tiene manchas, que habrá que investigar para entender su origen.

P: ¿Qué tratamiento(s) le propondrías a la clienta?

R: Antes que nada, le preguntaría qué le gustaría mejorar en su apariencia y qué resultados espera. Después, siempre sería útil empezar con una limpieza profunda utilizando vapor, para quitar la suciedad que causa la contaminación, el polvo y el humo, y con tratamientos hidratantes, para compensar la falta de hidratación encontrada, debida a la falta de ingesta diaria de agua, que debería ser al menos de un litro y medio, y a la falta de uso de productos correctos para su edad. Después, un tratamiento vitalizador de la piel, que es más delicado que el tratamiento pro age, porque la clienta tiene la piel sensible y una edad que ya indica una mayor sensibilidad de la piel.

P: ¿Con qué frecuencia y durante cuánto tiempo harías que la clienta viniera a tu centro?

R: Sería aconsejable que viniera 3 veces a la semana durante 15 sesiones, que se repetirían en ciclos.

P: ¿Cuál es el mejor momento para usar ácidos? ¿Por qué?

R: Otoño e invierno. Porque durante el verano se produce una fotosensibilidad que puede provocar manchas e hipersensibilidad.

P: ¿Para qué propondrías los AHA?

R: La clienta tiene folículos agrandados, arrugas y manchas; con los ácidos, se actúa sobre todas estas alteraciones.

P: ¿Por qué se marcan las arrugas perilabiales?

R: Porque fuma.

Título del material o actividad	3. Análisis de vídeo: «Realización de un tratamiento con AHA»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en analizar un vídeo de YouTube sobre el tratamiento a realizar (por ejemplo, sobre el tratamiento con AHA).</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>Paso 1: ver el vídeo.</p> <p>Paso 2: responder a las preguntas formuladas por el formador o empleador.</p> <p>Paso 3: identificar cualquier otro tratamiento que podría usarse en lugar del AHA.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tableta u ordenador
Tiempo necesario	<p>Para analizar un vídeo de YouTube:</p> <p>Paso 1: 10 minutos</p> <p>Paso 2: 20 minutos</p> <p>Paso 3: 10 minutos</p>
Anexos	<p>Demostración paso a paso del peeling químico TOSKANI https://www.youtube.com/watch?v=oosmUm_Ingc</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	4. Tarea práctica: «Creación de un vídeo sobre tratamientos faciales»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad consiste en hacer un vídeo sobre cómo realizar un tratamiento facial. El objetivo es tener material de audio/vídeo que se pueda utilizar con fines educativos y al mismo tiempo para practicar el uso de las herramientas TIC disponibles.</p> <p>El escenario para el vídeo puede ser en la escuela o en un centro de belleza. Esta actividad se tiene que hacer con el apoyo y colaboración de otras esteticistas (estudiantes o empleadas). Esto es útil para mejorar las habilidades de comunicación y gestión.</p> <p>El vídeo también se puede hacer en inglés (por ejemplo, con subtítulos o con las explicaciones del tratamiento) para comprobar el nivel de lengua extranjera del alumno.</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>Paso 1: planificar la realización del vídeo y la técnica a mostrar (escenario, materiales, equipo, etc.).</p> <p>Paso 2: realización del vídeo con una cámara de vídeo, teléfono móvil o tableta, incluyendo la postproducción para agregar elementos de fondo o superpuestos, como fondos y textos.</p> <p>Paso 3: presentación del vídeo realizado y explicación de todo el procedimiento seguido para su realización.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara de vídeo, teléfono móvil, tableta u ordenador con una aplicación para la realización/montaje del vídeo; aplicación para crear vídeos simples • Equipos y herramientas necesarios para el tratamiento elegido
Tiempo necesario	<p>Para hacer el vídeo en la escuela o el centro de estética:</p> <p>Paso 1: 30 minutos</p> <p>Paso 2: 2 horas</p> <p>Paso 3: 30 minutos</p>
Anexos	No aplica
Solución de la actividad	<p>Ejemplos de vídeos realizados en la escuela sobre tratamientos antienvjecimiento:</p> <p>1.2 Pro age facial treatment video</p> <p>1.2 Soin Vitalité facial treatment video</p>

Título del material o actividad	5. Demostración: «Tratamiento facial con AHA»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es practicar un tratamiento facial bajo la supervisión de un experto con el fin de mejorar la técnica profesional y practicar las habilidades de comunicación, gestión y apoyo a los procesos, así como las habilidades de gestión del tiempo.</p> <p>El alumno sigue las instrucciones del formador (un empleador, un formador u otro compañero con más experiencia).</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>Paso 1: observar al formador.</p> <p>Paso 2: preparar el tratamiento.</p> <p>Paso 3: realizar el tratamiento elegido.</p> <p>Paso 4: ordenar y limpiar lo utilizado.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lámpara con lupa, material desechable, esponjas, bol, aplicador • Productos necesarios para el tratamiento • Cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	<p>Las actividades se desarrollan en 2 horas:</p> <p>1 hora para la fase de observación</p> <p>1 hora para la fase de ejecución</p>
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha de la cara (ver unidad 1.2, actividad 1)</p> <p>Procedimiento de control del tratamiento con AHA (Pro Age) (ver Unidad 1.2, actividad 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 1.2, actividad núm. 1)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	6. Tarea práctica: «Crear un protocolo para cada tipo de piel»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en realizar un tratamiento básico utilizando fichas de trabajo y control (protocolo para cada tipo de piel).</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>Paso 1: rellenar la ficha de cliente: ficha de la cara.</p> <p>Paso 2: crear el protocolo con AHA más adecuado con base en el análisis de la piel de la clienta.</p> <p>Paso 3: realizar el tratamiento elegido.</p> <p>Paso 4: planificar el tratamiento con la clienta.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ficha de cliente: ficha de la cara ● Agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lámpara con lupa, material desechable, esponjas, bol, aplicador ● Cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente <p>Productos:</p> <p>Paso 1: elegir el detergente correcto.</p> <p>Paso 2: desmaquillador de ojos.</p> <p>Paso 3: sinergia relajante.</p> <p>Paso 4: sinergia linfovital.</p> <p>Paso 5: limpieza profunda con fluido de AHA.</p> <p>Paso 6: líquido con vitaminas A-E.</p> <p>Paso 7: fluido de fitoaminoácidos, hidratante, tonificante.</p> <p>Paso 8: mascarilla de lámina a base de ácido hialurónico e hidratante.</p> <p>Paso 9: masaje final con aceites sinérgicos.</p>
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha de la cara (ver unidad 1.2, actividad 1)</p> <p>Programas de trabajo:</p> <p>Fases del tratamiento con AHA (Pro Age) (ver Unidad 1.2, actividad 1)</p> <p>Fases del tratamiento con AHA (Soin Vitalité)</p> <p>Hoja de control de materiales de la cabina según el tratamiento</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 1.2, actividad 1)</p>
Solución de la actividad	

Fases del tratamiento (Soin Vitalité)

Paso 1

Limpieza de preparación: desmaquillar y limpiar la cara, el cuello y el escote con la leche limpiadora más adecuada y desmaquillar el contorno de ojos con el producto correcto, el bifásico. Utilizar el tónico adecuado para eliminar los residuos de la leche.

Paso 2

Aplicar unas gotas de sinergia relajante (aceites esenciales de naranja, bergamota y lavanda) en el plexo solar y en el centro de la frente y unas gotas de linfovital (mejorana, clavel, comino y romero) en los puntos de descarga (ganglios linfáticos).

Paso 3

Exfoliante y regenerador de vitis vinifera, papaya, piña y AHA, elimina las células muertas dejando la piel radiante.

Aplicación: agitar el vial de la fase 1 antes de usarlo y dejar que penetre con un ligero masaje. FASE ILUMINADORA

Paso 4

Liposomas de vitaminas A y E, especialmente indicados por su efecto antioxidante y protector. Así, la piel inicia su fase de regeneración.

Aplicación: agitar el fluido de la fase 2 antes de usarlo y masajear hasta su total absorción. FASE REGENERADORA

Paso 5

Esta fase es rica en fitoaminoácidos y un complejo hidratante a base de azúcar. Nutre, hidrata y tonifica la piel.

Aplicación: agitar el vial de la fase 3 antes de su uso y realizar un masaje específico durante unos 15 minutos. FASE DE TONIFICACIÓN

Paso 6

Un gel activador rico en oligoelementos y sustancias hidratantes. La mascarilla en lámina a base de ácido hialurónico y geranio tiene una eficaz acción reestructurante y un efecto antiedad.

Aplicación: con el aplicador especial, coger una parte del gel activador, fase 4, y extenderlo en la cara, el cuello y el escote, distribuyéndolo uniformemente. Aplicar la lámina de mascarilla no tejida y empaparla con el gel restante. Dejar actuar entre 20 y 30 minutos, luego retirar la mascarilla levantando los bordes de arriba hacia abajo. Eliminar cualquier residuo con la loción tónica adecuada.

FASE DE REESTRUCTURACIÓN

Paso 7

Salvado de arroz, aguacate, jojoba, primula y una sinergia de aceites, cada uno con propiedades especiales, para ayudar a la piel a mantener los beneficios del tratamiento y protegerla de los agentes externos.

Agitar el vial antes de su uso. Extender el producto fase 5 sobre el rostro, el cuello y el escote con un suave masaje hasta su completa absorción. FASE NUTRITIVA

Hoja de control de materiales de la cabina según el tratamiento

Material	Verificación
Camilla con sábana de algodón y espuma y cubierta con papel desechable	<input type="checkbox"/>
Lámpara con luz y lupa	<input type="checkbox"/>
Diadema desechable para el cabello	<input type="checkbox"/>
Manta para el cliente, si la desea	<input type="checkbox"/>
Toalla para el cliente	<input type="checkbox"/>
Ficha del cliente	<input type="checkbox"/>
Mascarilla, visera, guantes, contenedor para la ropa de los clientes (*legislación anti Covid)	<input type="checkbox"/>
Otros...	<input type="checkbox"/>
Otros...	<input type="checkbox"/>

Carrito de estética con los productos para el tratamiento	
Material	Verificación
Cuencos	<input type="checkbox"/>
Esponjas	<input type="checkbox"/>
Pinceles	<input type="checkbox"/>
Pipeta	<input type="checkbox"/>
Toalla para el esteticista	<input type="checkbox"/>
Algodón	<input type="checkbox"/>
Bastoncillos de algodón	<input type="checkbox"/>
Joyero	<input type="checkbox"/>
Otros...	<input type="checkbox"/>

Pro Age		Soin Vitalité	
Productos	Verificación	Productos	Verificación
Espuma de mandélico	<input type="checkbox"/>	AHA	<input type="checkbox"/>
Sinergia relajante	<input type="checkbox"/>	Liposomas de vitamina AE	<input type="checkbox"/>
Linfovital	<input type="checkbox"/>	Fitoaminoácidos	<input type="checkbox"/>
Gotas mandélicas	<input type="checkbox"/>	Mascarilla de ácido hialurónico	<input type="checkbox"/>
Loción tónica	<input type="checkbox"/>	Sinergia de aceites en ampollas	<input type="checkbox"/>
Skin perfection	<input type="checkbox"/>		
Peeling peptídico-enzimático	<input type="checkbox"/>		
Crema mandélica	<input type="checkbox"/>		

Título del material o actividad	7. Juego de roles: «Comunicación y relación con los clientes»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo mejorar las habilidades de gestión de los alumnos y su capacidad para crear buenas relaciones con los clientes, durante todas las fases del tratamiento. El juego de roles permite a los alumnos mejorar sus habilidades de comunicación. El formador podrá intervenir ofreciendo cualquier sugerencia que conduzca a un juego de roles más complejo.</p> <p>El juego de roles también se puede llevar a cabo en un idioma extranjero.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una descripción escrita del juego de roles elegido
Tiempo necesario	15 min para cada juego de roles con dos estudiantes
Anexos	<p>Comunicación en el sector del bienestar</p> <p>Procedimientos de gestión ante imprevistos de los clientes</p>
Solución de la actividad	Ejemplo de conversación en inglés para tratar con clientes durante un tratamiento (ver unidad 1.2, actividad 1)

Comunicación en el sector del bienestar

Comunicación y relación con los clientes

Resumen

LOS DISTINTOS TIPOS DE CLIENTES	57
COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	59
DAR LA BIENVENIDA A LOS CLIENTES	61
ASESORAMIENTO	67
EL POSTRATAMIENTO	83
LA DESPEDIDA	84

1. LOS DISTINTOS TIPOS DE CLIENTES

A menudo, los clientes pueden ofrecer sorpresas, ya que no se puede clasificar a los clientes de acuerdo con un esquema predeterminado y su comportamiento no se puede predecir ni codificar. De hecho, puede que no tengan los mejores hábitos en términos de moralidad y educación o que pertenezcan a rangos tipológicos extremos (pensemos, por ejemplo, en personas violentas o muy exigentes, que se impacientan inmediatamente, o en aquellas que son indecisas, nunca están contestas o son a menudo incluso deshonestas).

¡Tratemos de clasificar a la clientela!

Clientes indecisos

- ✓ Aprensivos
- ✓ Miedosos
- ✓ Comportamiento generalmente caracterizado por la inseguridad.
- ✓ Tendencia a pedir aclaraciones.
- ✓ Dudan mucho al elegir.
- ✓ Necesitan certezas.

Cómo comportarse

- ✓ tener paciencia y mantener la calma
- ✓ evitar realizar gestos de impaciencia
- ✓ expresar el propio punto de vista
- ✓ aconsejar la elección sin insistir
- ✓ evitar las prisas
- ✓ hablar en un tono de voz persuasivo
- ✓ asentir y sonreír
- ✓ usar gestos abiertos pero decididos

Clientes habladores

- ✓ hablan mucho tanto con el personal como con otros clientes, con cualquier persona dentro de su rango de acción
- ✓ tienden a contar hechos personales
- ✓ se quejan
- ✓ dejan de colaborar porque quieren que se les escuche

Cómo comportarse

- ✓ evitar escuchar con demasiada atención
- ✓ no creer todo lo que dicen, muchas veces exageran
- ✓ interrumpir el discurso para traerlos de vuelta al tema y seguir haciendo el trabajo
- ✓ ofrecer retroalimentación no verbal (asentir con la cabeza, sonreír) mientras se evita el contacto visual directo

Clientes nerviosos

- ✓ irracionales
- ✓ tienen una expresión cansada y angustiada
- ✓ se excitan con mucha facilidad
- ✓ impacientes, irascibles
- ✓ con prisas
- ✓ no quieren que se les lleve la contraria

Cómo comportarse

- ✓ operar con extrema paciencia y amabilidad
- ✓ actuar con calma, pero sin exagerar (la lentitud aumenta el estado de irritación)
- ✓ sonreír con frecuencia
- ✓ hablar con claridad y de forma calmada y utilizar un tono de voz «desapegado» y profesional
- ✓ presentar una postura corporal erguida y gestos abiertos
- ✓ evitar actitudes sumisas

Cientes exigentes

- ✓ escrupulosos
- ✓ metódicos
- ✓ les gusta la seguridad
- ✓ extremadamente cautelosos
- ✓ quieren verificar y tener garantías de calidad
- ✓ lentos en la toma de decisiones debido a su peculiaridad

Cómo comportarse

- ✓ evitar ser gracioso (pueden no entender los chistes)
- ✓ describir los servicios o productos en detalle
- ✓ exponer las ventajas y desventajas
- ✓ no juzgar
- ✓ no impacientarse
- ✓ usar gestos pequeños y precisos
- ✓ usar la lengua italiana con cuidado y precisión
- ✓ ir sin prisa

(Photo: <https://aforisticamente.com/wp-content/uploads/2017/07/pignolo1.jpg>)

Cientes reservados

- ✓ amables
- ✓ taciturnos
- ✓ a veces, involuntariamente antipáticos
- ✓ tímidos, no muy sociables

Cómo comportarse

- ✓ dedicar mucho tiempo y atención
- ✓ no trabajar con prisas
- ✓ hacer preguntas y pedir opiniones
- ✓ evitar hablar durante mucho tiempo y efusivamente
- ✓ no monopolizar la conversación
- ✓ tratar de realizar una entrevista

Cientes escépticos

- ✓ Tienen un comportamiento indiferente o manifiestamente contrario y reaccionan a los argumentos con una actitud inquisitiva y desconfiada

Cómo comportarse

- ✓ Con el máximo autocontrol, utilizar el profesionalismo e intentar todo lo que se ha indicado

Cientes tacaños

- ✓ No suelen decir que no quieren gastar; en vez de ello, dicen que no tienen tiempo o no creen en la utilidad del servicio (falso escepticismo)

Cómo comportarse

- ✓ Solo hay una respuesta: enumerar los beneficios. Es la única manera de compensar unos costes que siempre son demasiado altos para ellos

Cientes arrogantes

- ✓ O se sienten por encima del resto de los mortales y lo manifiestan con desapego «aristocrático» o, por el contrario, se dan aires abiertamente.

Cómo comportarse

- ✓ Hay que apoyar su afán de destacar, acentuando al máximo la personalización, todo ello acompañado de una pequeña dosis de adulación.

2. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

La atención al cliente por teléfono se basa en cuatro pilares; son los siguientes:

1. Profesionalismo
2. Rapidez
3. Precisión de la información
4. Preocupación sincera por los clientes

1. Profesionalismo

Los profesionales de la asistencia telefónica son los que primero escuchan al cliente de forma objetiva, sin prejuicios y con amabilidad y cortesía, independientemente de sus dotes de comunicación, sus peticiones y sus quejas.

2. Rapidez

La rapidez no debe ir en detrimento de la calidad. Un cliente presta atención un máximo de 3 o 4 minutos. Pasado ese tiempo, el nivel de concentración disminuye hasta desaparecer por completo. El operador debe, a través de las preguntas apropiadas, comprender rápidamente las necesidades del interlocutor. Posteriormente, tanto en el caso de la reserva de un servicio como de que se haya solicitado resolver un problema, se debe indicar el tiempo necesario para ello, mantener siempre las promesas para reforzar la credibilidad y avisar al cliente en caso de contratiempos o retrasos.

3. Precisión de la información

La precisión y la claridad de la información optimizan el tiempo. El objetivo es comunicarse de manera efectiva para evitar que los clientes vuelvan a llamar para pedir la misma información.

4. Preocupación sincera por los clientes

Por preocupación sincera se entiende la capacidad de mantener el control de las propias emociones, ser paciente, comprender los problemas y estados de ánimo de los clientes, desear verdaderamente servir, ayudar o resolver un problema, así como no culpar a los colegas por errores y malentendidos para evitar asumir responsabilidades. Los clientes reconocen la sinceridad de la disponibilidad positiva por el tono, el ritmo y el volumen de la voz, así como por la elección de las palabras utilizadas.

La voz

La voz refleja una parte de la personalidad incluso para quienes la utilizan como herramienta de trabajo.

El tono de voz

El tono revela la disposición del operador: al cambiarlo en algunas palabras, se le da un significado diferente a la oración pronunciada. Hay que aprender a adaptar el tono de voz a la situación, a las

palabras a expresar y al cliente con el que se necesita interactuar para dar más o menos énfasis a una palabra.

- ✓ El tono bajo transmite confianza, tranquilidad y seguridad.
- ✓ El alto estimula la atención.
- ✓ La voz monótona y poco entusiasta sugiere indiferencia.

El ritmo de la voz

Otra característica importante es el ritmo de la voz, es decir, su velocidad de emisión, su frecuencia y la duración de las pausas. Por teléfono, hay que hablar más despacio. Para transmitir confianza es necesario armonizar la velocidad e introducir algunas pausas. Cuando se habla demasiado rápido, se corre el riesgo de tener que repetir el mensaje porque al interlocutor le cuesta seguir el discurso. Por el contrario, un ritmo monótono hace que la comunicación sea aburrida y esté desprovista de elementos vivos e interesantes.

Manejar una conversación por teléfono

La conversación se divide en tres partes:

1. La apertura
2. El cuerpo
3. El cierre

1. La apertura de la conversación

Durante la recepción telefónica es importante transmitir la «primera buena impresión» al cliente. Los primeros segundos son decisivos. Cuando suena el teléfono tienes que contestar con un tono cálido y entusiasta, decir tu nombre y el del centro de belleza y ofrecer tu colaboración.

Ejemplo

«Centro de belleza Mujer Evolución. ¡Buenos días! Soy Mónica. ¿Cómo puedo ayudarla?»

Análisis de las frases:

«Centro de belleza Mujer Evolución» le confirma a la clienta que ha marcado el número correcto;

«Buenos días» es el mensaje de bienvenida que se utiliza para dar la bienvenida a la clienta y transmitirle sentimientos positivos;

«Soy Mónica» sirve para asumir responsabilidad y gestionar de forma positiva la relación;

«¿Cómo puedo ayudarla?» ofrece responsabilidad y demuestra que se está escuchando para resolver una necesidad.

En caso de que la clienta desee hablar con otra persona que no esté disponible, pregúntale si prefiere dejar un mensaje o que le devuelvan la llamada.

A los clientes les encanta que se acuerden de ellos, por lo que les resulta sumamente placentero que los llamen por su nombre, esto establece una relación cordial y personaliza el vínculo.

2. El cuerpo de la conversación

Es la parte central de la conversación, aquella en la que se escucha con empatía, sin interrumpir, las peticiones o problemas que expresa el cliente.

Se pueden hacer preguntas para obtener información detallada y se proponen soluciones o se ofrecen aclaraciones y explicaciones. Para gestionar eficazmente esta fase hasta el final, es necesario haber entendido bien las necesidades o problemas del cliente y proporcionar respuestas que cumplan en la medida de lo posible con las expectativas de la persona que llama.

Ejemplo

«Buenos días Lorena, soy la señora Rossi, querría una cita para el próximo jueves a las 16:00».

«Buenos días, señora Rossi, ¿qué se quiere hacer?».

«Tengo que hacerme un tratamiento facial».

«¿Quién suele atenderla?».

«Emma».

Si no es posible satisfacer las solicitudes de la clienta, debemos disculparnos y ofrecer soluciones alternativas (al menos dos) que reduzcan al máximo las molestias ocasionadas.

Ejemplo

«Sra. Rossi, lo siento mucho, pero el próximo jueves a las 16:00 no es posible, Emma está ocupada con otra clienta. Si quiere, la pueden atender Sara o Elisa, o podemos pasar la cita al día siguiente, a la misma hora, con Emma. ¿Qué prefiere?».

«Prefiero mover la cita al día siguiente. Sara y Elisa lo hacen bien, pero las manos de Emma son insustituibles para mí».

3. El cierre

Corresponde al momento en que finaliza la relación entre el operador y el interlocutor. En esta fase, es fundamental verificar, mediante un rápido resumen de todo lo acordado, que se ha comprendido la información y que se han satisfecho las necesidades del cliente. En ese momento, es bueno saludarlo haciéndole sentir una persona y no un número y ofrecerle y garantizarle disponibilidad para cualquier otra cosa.

Ejemplo

«Muy bien, señora Rossi, le confirmo la cita para hacerse el tratamiento facial con Emma el viernes 23 a las 16:00. La esperamos. Si necesita cualquier otra cosa, no dude en llamarme. Que tenga un buen día». «Tú también, Alessandra».

3. DAR LA BIENVENIDA A LOS CLIENTES

Dar la bienvenida es la acción de «acoger» a una persona. Etimológicamente, significa hospedar. Es un comportamiento que no solo debe mostrar buena educación, sino el placer de recibir, mimar y hacer que los clientes se sientan bienvenidos en casa.

Con la bienvenida comienza la relación entre la esteticista y la clienta. La forma en que se hace refleja la atención, el respeto y el cuidado, o falta de él, que tendrás hacia ella. Es un contacto directo que implica una reducción de las distancias físicas y psíquicas y que tiene como resultado la aceptación o el rechazo de la relación.

La posibilidad de ejercer, en esta fase, cualquier forma de influencia positiva o negativa depende de un conjunto de elementos de comunicación no verbal que preceden a la interacción verbal y determinan la formación de la **primera impresión**.

Por primera impresión entendemos la idea positiva o negativa que tenemos de una determinada persona cuando la conocemos por primera vez. Se forma en los primeros segundos de contacto y está determinada principalmente por la comunicación no verbal estática y la comunicación no verbal dinámica.

1. Comunicación no verbal estática

Está compuesta por factores relacionados con nuestra apariencia estética como la ropa, el maquillaje, el cabello, los accesorios, etc. Se llama estática porque la imagen que elegimos suele ser la misma, al menos durante un tiempo. La imagen es muy importante en un centro de estética; una comunicación no verbal estática negativa no solo asustaría a los clientes en la fase de recepción, sino que también haría perder credibilidad a la operadora como asesora de imagen y bienestar.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática de quienes trabajan en un centro de estética

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Falta de higiene personal	Higiene y cuidado personal adecuados
Imagen de la persona descuidada, desaliñada o desarreglada	Aspecto cuidadoso, acertado y que da buen ejemplo a los clientes
Rostro con imperfecciones desatendidas	Rostro bien cuidado
Uniformes en mal estado, sucios y viejos	Uniformes limpios, en línea con la filosofía del centro de estética
Rostro cansado y pálido o demasiado maquillado	Rostro sonrosado y saludable, maquillaje adecuado al contexto

La comunicación no verbal estática no solo incluye la imagen del personal del centro de belleza, sino también el entorno y sus funciones estéticas, sensoriales y prácticas.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática en el entorno del centro de belleza

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Poca limpieza y desorden	Limpieza, aromas, frescura
Muebles viejos o en mal estado	Mobiliario moderno, esencial, funcional
Cama cosmética con restos de cera, dañada o desgastada	Camilla de estética con sábanas limpias, perfumadas e intactas
Toallas gastadas y manchadas	Toallas desinfectadas y de colores vivos
Expositores cubiertos de polvo y productos colocados al azar	Expositores cuidados y productos expuestos de forma atractiva

Un entorno descuidado transmite desinterés, descuido y suciedad y se asocia a confusión, falta de armonía e imprecisión. El orden y la limpieza crean una agradable sensación de bienestar y se relacionan con la eficiencia, la organización y la precisión, factores imprescindibles para quien quiere dar una bienvenida de calidad.

2. Comunicación no verbal dinámica

Está formada por todos aquellos elementos no verbales en continuo movimiento, que pueden cambiar en poco tiempo. Consta de 4 elementos:

Proxémica

Los individuos, al relacionarse, establecen la distancia entre ellos y los demás. Durante la fase de recepción, especialmente si la clienta es nueva, la esteticista debe identificar cuál es su distancia habitual y respetarla. Para saberlo, basta con observar si, al acercarse a ella:

- ✓ extiende la mano con el brazo doblado (distancia corta) o extendido (distancia larga);
- ✓ adelanta el torso (distancia corta) o lo retrae (distancia larga);
- ✓ permanece inmóvil (distancia corta) o retrocede y se aleja (distancia larga).

Comunicación digital

Se refiere al acto de tocarse a uno mismo con las manos y los dedos. Esto siempre ocurre con los esteticistas, ya que hay una motivación práctica, la de cuidar de la salud y la belleza del rostro y el cuerpo. Nuevamente, al igual que con la distancia proxémica, cada persona tiene un nivel diferente de aceptación o rechazo al contacto.

En la fase de recepción, para saber si un cliente está preparado para ello, basta con observar si hace lo siguiente:

- ✓ aprieta el bolso al cuerpo para protegerse;
- ✓ se toca la ropa u otros objetos continuamente;
- ✓ al dar la mano, ofrece solo los dedos o el agarre es muy delicado;
- ✓ se pone rígido cuando se acerca a buscar su abrigo.

El sistema paralingüístico

Es el estudio de las formas de expresión que de alguna manera se asocian a las palabras aunque no sean estrictamente lingüísticas. Por ejemplo, la entonación o inflexión de la voz, los ruidos producidos al carraspear, sonarse la nariz, chasquear los labios, etc., o con las manos o los pies u otras partes del cuerpo (pisotear o arrastrar los pies, frotarse las manos, así como golpear, mover o frotar un objeto). En la fase de acogida, pero también en cualquier otro momento, indican un estado de tensión o malestar:

- ✓ la tos repentina no relacionada con estados gripales;
- ✓ la deglución continua;
- ✓ el acto de aclararse la garganta repetidamente.

La cinésica

Es el estudio de los gestos y la mímica. En la fase de acogida, a medida que nos acercamos a la clienta, observando sus gestos y expresiones faciales, podemos comprender si se siente cómoda o si necesitamos cambiar algo en nuestro comportamiento.

- ✓ Frotarse la nariz con el dedo índice tenso y el acto de limpiar el abrigo o la camisa con la mano, son signos de alivio de tensión, decepción y molestia.
- ✓ El movimiento de la lengua sobre los labios, como para humedecerlos, y dar un beso simbólico, empujando los labios hacia adelante, son signos de satisfacción y placer.
- ✓ Pasarse las manos por el pelo y jugar con el collar son actos icónicos que implican la búsqueda de cariño y atención.

La comunicación no verbal dinámica no solo está presente en la fase de recepción, sino en cualquier otro momento de la estancia de los clientes en el centro, esto se debe a que siempre se comunican con el cuerpo y principalmente por 4 motivos:

- ✓ Los gestos suelen ser más adecuados que las palabras cuando queremos relacionarnos con los demás.
- ✓ Para consolarnos y tranquilizarnos a través del contacto con nosotros mismos (pelo, ropa, etc.).
- ✓ Para descargar y expresar nuestras emociones y reducir el estado de tensión, ya sea positivo o negativo.

- ✓ Como respuesta a un estímulo externo (lo que veo o escucho) o interno (percibo o pienso).

En cualquier caso, ¡las palabras son importantes!

La fase de recepción es la más delicada, la que sienta las bases para una relación positiva. Una recepción efectiva consta de 8 fases:

- ✓ Acércate a la clienta.
- ✓ Sonríe.
- ✓ Si se trata de una nueva clienta, preséntate y ofrécele la mano, si es una clienta habitual, salúdala recordando su nombre.
- ✓ Coge el abrigo.
- ✓ Haz que se siente.
- ✓ Ofrécele un café, un té o una infusión.
- ✓ Dale una revista.
- ✓ Dale información sobre los tiempos de espera.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática de quienes trabajan en un centro de estética

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Dejar a la clienta de pie, abrigo en mano, desorientada.	La recepcionista va inmediatamente al encuentro de la clienta, la saluda, le quita el abrigo y la invita a sentarse.
El trabajador se acerca demasiado a la clienta invadiendo su espacio personal.	El trabajador mantiene un espacio proxémico adecuado.
La dueña, en la recepción, juega con su teléfono móvil y ni se digna a mirar a la clienta.	La dueña detiene su juego y va hacia la clienta.
Apariencia malhumorada.	Sonrisas.

Comunicación verbal

Es la que se construye principalmente con las palabras. En realidad, la comunicación efectiva es mucho más que conocimientos lingüísticos y requiere diferentes habilidades, como la expresividad (usar el cuerpo), la escucha (oírse a uno mismo y a los demás), la observación (percibir lo que sucede mientras se habla), la empatía (ponerse en el lugar de los demás), claridad (lenguaje comprensible). El objetivo principal de la comunicación es lograr que las personas hagan, piensen o digan lo que a nosotros nos gustaría. Parece un objetivo manipulador, pero, si lo pensamos bien, es lo que hacemos todos los días tantas veces como queremos, por ejemplo, en las siguientes situaciones:

- Llevar a un amigo a una fiesta que no le interesa.
- Encontrar una forma para permanecer fuera de casa hasta muy tarde.
- Transmitir nuestras creencias filosóficas, religiosas o políticas.
- Conquistar a un chico o chica.
- Hacer que los clientes confíen en nosotros.
- Vender un servicio o producto.

Para conseguir lo que queremos, podemos utilizar dos modalidades verbales distintas: **convencer** o **persuadir**.

Convencer

Debemos utilizar argumentos lógicos, racionales y demostrables que se deben aceptar como verdaderos. En este caso, la comunicación es principalmente unidireccional (monólogo), resolutiva y asertiva. Esta modalidad no tiene en cuenta la fuerza emocional del oyente; puede ocurrir que una persona quede satisfecha pero no convencida, que no acepte realmente las explicaciones.

Persuadir

La persuasión es más delicada; la comunicación es bidireccional (diálogo) y estimula al otro a considerar diferentes perspectivas y a ampliar su punto de vista; en este caso, por ejemplo, se puede conducir a la otra persona a decir lo que queremos haciendo preguntas.

En todo caso, la mejor forma de comunicar, influir, persuadir involucrando, respetar y buscar la diversidad y la comparación siempre es el **diálogo**.

Para comunicarse correctamente y asegurarse de que se comprende toda la información, hay que utilizar alternativamente:

- A. LA TÉCNICA DE LAS PREGUNTAS
- B. LA ESCUCHA
- C. LA REFORMULACIÓN

A. LA TÉCNICA DE LAS PREGUNTAS

Es una metodología que permite conocer y comprender las necesidades de los clientes y que los involucra, les aclara, profundiza y saca a relucir sus expectativas y dudas. Las preguntas dirigidas a mantener un diálogo con el interlocutor se dividen principalmente en tres categorías:

- ✓ Preguntas abiertas
- ✓ Preguntas cerradas
- ✓ Preguntas con alternativas

Preguntas abiertas

Su objetivo es comprender la situación y las necesidades de un cliente y dejar que este responda libre y espontáneamente. Se introducen con los siguientes términos:

- ✓ Cómo
- ✓ Por qué
- ✓ Cuándo
- ✓ Quién
- ✓ Qué
- ✓ Dónde
- ✓ Cuáles

Es mejor no hacer preguntas a las personas que tienen un lenguaje disperso o ideas muy confusas y que tienden a hablar demasiado.

Ejemplos

- ✓ ¿Qué le pareció la crema antiedad que le hice probar?
- ✓ ¿Qué le pareció el masaje de tejido conectivo que le hice probar?
- ✓ ¿Por qué quiere cambiar su mascarilla?
- ✓ ¿Por qué quiere realizarse tratamientos corporales?
- ✓ ¿Cuándo fue la última vez que se hizo el tratamiento facial?
- ✓ ¿Cuándo fue la última vez que le realizaron un diagnóstico corporal?
- ✓ ¿Quién le recomendó nuestro centro de belleza?
- ✓ ¿Qué pasó con su piel?
- ✓ ¿Dónde ha comprado este tónico?

- ✓ ¿Qué tratamiento se hizo?

Preguntas cerradas

Prevén una conversación reducida debido a la forma en que se formulan; solo pueden recibir una respuesta afirmativa (sí) o negativa (no). Es mejor medir el tono de voz en su formulación: si es demasiado apremiante, pueden parecer un interrogatorio.

Lo mejor es evitar hacérselas a personas tímidas e introvertidas.

Ejemplos

- ✓ ¿Conoce este producto?
- ✓ ¿Conoce el medidor de impedancia o la termografía?
- ✓ ¿Conoce este masaje?
- ✓ ¿Le doy una cita para las 4 de la tarde?
- ✓ ¿Tiene necesidades especiales?

Preguntas con alternativas

Son preguntas que plantean la elección entre dos o tres alternativas opuestas. Evitan explicaciones innecesarias, simplifican y reducen las aclaraciones. Pueden confundirse con las preguntas cerradas, pero no lo son y, si se formulan bien, orientan al cliente hacia la respuesta más adecuada.

Ejemplos

- ✓ ¿Prefiere un masaje manual o mecánico?
- ✓ ¿Ya se ha hecho antes un tratamiento con AHA o es su primera vez?
- ✓ ¿Ya se has hecho antes un diagnóstico corporal con impedancia o termografía o es su primera vez?
- ✓ ¿Ya se ha hecho antes un masaje del tejido conjuntivo o es su primera vez?
- ✓ ¿Le gustaría recibir un masaje facial tradicional o uno con efecto lifting?

B. LA ESCUCHA

Escuchar es un requisito primordial para una comunicación eficaz y es imprescindible si queremos que una estrategia de persuasión logre su objetivo. Escuchar supone la voluntad explícita de la esteticista de estar receptiva y disponible, de comprender verdaderamente lo que la clienta está diciendo; es el arte de recopilar información del hablante.

Ser receptivo significa:

- ✓ Escuchar atentamente
- ✓ Percibir e interpretar el significado de los mensajes no verbales expresados con la mirada, el tono de voz y las expresiones faciales.

Ser servicial significa no interrumpir al interlocutor y no sacar conclusiones precipitadas. Escuchar gira en torno a preguntas similares a las siguientes:

- ✓ ¿Qué quiere decir realmente la persona que está hablando?
- ✓ ¿Cómo se siente por dentro? ¿Qué sentimientos y emociones está experimentando?
- ✓ ¿Entenderé realmente lo que me quiere decir?

La capacidad de escuchar se puede dividir en tres niveles, que no son independientes y que pueden superponerse o alternarse dependiendo de la situación. Son los siguientes:

- ✓ Escucha intermitente
- ✓ Escucha selectiva
- ✓ Escucha empática

Escucha intermitente

Ocurre cuando el oyente solo escucha parcialmente la conversación. Es una modalidad que te permite entender la comunicación de forma superficial y no captar los significados más profundos de lo que se dice.

Escucha selectiva

Ocurre cuando prestas atención y te concentras en las palabras del interlocutor y te centras en ellas comparándolas con tus propias experiencias. En este caso, se puede perder la objetividad interpretativa, ya que, si la experiencia narrada por el hablante se desvía o se acerca demasiado a los puntos de vista propios, la reacción conductual puede no ser la más adecuada.

Escucha empática

Es la capacidad de comprender, sentir y compartir los pensamientos y emociones de otra persona en una situación determinada. La escucha empática no implica sólo prestar atención a la parte auditiva y tener una actitud participativa, sino también tener en cuenta los elementos no verbales que ayudan a mantener el contacto constante con el interlocutor.

Hay que prestar especial atención a lo siguiente:

- ✓ Tono/volumen de la voz
- ✓ Gestos y postura
- ✓ Mirada y movimientos oculares
- ✓ Expresión facial
- ✓ Pausas
- ✓ Proxémica

C. LA REFORMULACIÓN

Es una modalidad ligada a la escucha que tiene como objetivo la retroalimentación. El oyente hace un resumen de las respuestas obtenidas sin cambiar ni añadir nada extra. Si la respuesta es positiva, es decir, el interlocutor está de acuerdo con lo dicho, significa que la comprensión es buena. Si no, habrá que hacer nuevas preguntas para entender mejor a los clientes.

La reformulación es indispensable en un diálogo por las razones siguientes:

- ✓ Da al oyente la certeza de haber entendido bien las palabras del interlocutor.
- ✓ Da al hablante la certeza de que ha hablado correctamente.
- ✓ Se reducen los errores de interpretación por ambas partes.

Puede comenzar con una de las siguientes frases:

- ✓ «Corrijame si me equivoco, me acaba de decir que...»
- ✓ «Si lo he entiendo bien, usted cree que...»
- ✓ «Déjeme hacerle un resumen de lo que acabamos de decir...»

Las preguntas, la escucha y la reformulación son útiles cada vez que se realiza un asesoramiento porque facilitan la comprensión e involucran activamente al cliente en un diálogo, concretamente persuasivo.

4. ASESORAMIENTO

**El objetivo de un asesoramiento es entender tan bien al cliente
que esto te permita ofrecerle algo que no pueda encontrar en ningún otro lado.**

El asesoramiento es un servicio profesional por parte de un asesor, que es una persona con capacidades técnicas comprobadas a quien se acude para obtener consejo o información sobre un tema que conoce y sobre el que tiene experiencia. Como especialista, debe conocer las respuestas que

otros ignoran y proponer soluciones adecuadas para evitar que los clientes se equivoquen o tomen malas decisiones.

Una esteticista es también asesora de imagen, porque aconseja e informa sobre los temas de su competencia, es decir, el cuerpo y el rostro, pero, además, se ocupa directamente de la prestación del servicio, asumiendo también la responsabilidad de los resultados. La utilidad de un asesoramiento depende de lo que el cliente quiere y, al mismo tiempo, de lo que el profesional de la estética aconseja éticamente, incluso diciendo que no cuando las solicitudes de tratamiento no son correctas desde el punto de vista de la estética.

No se hace un asesoramiento para vender un servicio o un producto, sino para entender, implicar, informar y despertar el interés. Cuando se consigue todo eso, será la propia clienta quien preguntará, querrá y buscará a su mejor asesor de imagen.

Consejos estéticos sobre la piel

Además de ser fisiológica y estéticamente importante, también tienen una función psicológica porque es una manera directa de comunicar emociones. Cuando tienes miedo palidece y pierde color y se pone roja cuando sientes vergüenza; no es casualidad que el acné aparezca en la adolescencia durante los cambios hormonales, fisiológicos y perceptivos, así como que algunas enfermedades debidas al estrés o psicósomáticas tengan consecuencias dermatológicas definidas.

Las figuras profesionales que se encargan del cuidado de la piel son los dermatólogos y los esteticistas. Los primeros son médicos especialistas que se ocupan de las enfermedades de la piel, mientras que los esteticistas puede ofrecer tratamientos cosméticos y servicios no médicos destinados a cambiar, mantener y mejorar el aspecto estético y la belleza de la piel. Los profesionales de la estética pueden jugar un papel muy importante en la **educación y la prevención**.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer a través de un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes **habilidades y destrezas**:

- ✓ Conocimientos de anatomía y de las propiedades y defectos de la piel, concretamente:
 - ✓ Los tipos de piel (normal, seca, grasa, sensible, envejecida)
 - ✓ Sus posibles problemas (deshidratación, oleosidad, sensibilidad, decoloración, envejecimiento)
- ✓ Capacidades manuales adecuadas.
- ✓ Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- ✓ El uso correcto de los diferentes equipos.
- ✓ Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un **asesoramiento ineficaz** son:

- ✓ Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- ✓ Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- ✓ Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- ✓ Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- ✓ Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- ✓ No concentrarse.
- ✓ Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Las herramientas necesarias para **un asesoramiento estético eficaz** son:

- ✓ Los test de la piel del rostro son herramientas que permiten observar concretamente algunas partículas de la piel, medir sus parámetros y observar sus imperfecciones; son capaces de

medir los niveles de hidratación, sensibilidad y decoloración, la cantidad del sebo y la profundidad de las arrugas.

- ✓ Fichas personales y de asesoramiento, si es posible, digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos inmediatamente transmiten al cliente la idea de profesionalidad y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo: un asesoramiento para mejorar un problema de piel envejecida

Las fases del asesoramiento son:

1. Recopilación de datos
2. Preguntas
3. Reformulación
4. Diagnóstico
5. Propuesta
6. Cierre

1. Recolección de datos

Cualquier buena consulta siempre comienza rellenando (en caso de un nuevo cliente) o examinando y actualizando (en el caso de un cliente fiel) una ficha personal y de consulta que resuma toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

Todos los demás aspectos, para evitar que se transcriban incorrectamente, los debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- ✓ Los diferentes problemas
- ✓ Las necesidades
- ✓ Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- ✓ Qué productos utiliza habitualmente
- ✓ Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- ✓ Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos no es solo importante para conocer mejor al cliente, sino también para lo que se enumera a continuación:

- ✓ Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- ✓ Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- ✓ Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre una piel sana y otra en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- ✓ Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular al nuevo cliente).

- ✓ Las necesidades y problemas relacionados con la piel del rostro.
- ✓ Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- ✓ Deseos.

Ejemplos

Preguntas de apertura a una nueva cliente:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergia o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Qué tratamientos suele utilizar para su piel?
- ¿Cómo se expone a la luz natural/artificial?

Preguntas sobre las necesidades y problemas:

- ¿Qué aspecto tiene su piel y cómo la siente?
- ¿Qué es lo que le gusta y lo que no le gusta de la piel de su rostro?
- ¿Siempre ha tenido esas arrugas marcadas o son recientes? (en caso de que la cliente haya revelado abiertamente su problema)
- ¿Qué zonas le preocupan más con respecto al envejecimiento?

Preguntas sobre los deseos:

- ¿Qué le gustaría mejorar en su rostro o piel?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- Si tuviera que elegir entre dos opciones, ¿preferiría mejorar primero la hidratación del rostro o el tono?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?
- Descríbame lo que sería para usted la piel ideal

3. Reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. Diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el rostro (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y la cliente escucha. El contenido es puramente técnico.

Por eso, y para evitar que la cliente se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- ✓ Claro
- ✓ Lógico
- ✓ Simple
- ✓ Resumido
- ✓ Adecuado para el interlocutor

El siguiente ejemplo muestra un diagnóstico de piel envejecida:

- ¿Qué es la piel envejecida?
- Explicar el problema a la cliente.

Es una piel a la que le falta hidratación y que está marcada por el cronoenvejecimiento y el fotoenvejecimiento.

- ¿Qué apariencia tiene?
- Describe lo que ves.

Es más delgada y sensible, tiende a estar deshidratada, con un contorno ovalado hundido, y está marcada por arrugas de diferentes tamaños y por diversos cambios de color.

Síntomas

A continuación, se enumeran los síntomas que la clienta podría percibir como sensaciones en la piel:

- ✓ La piel puede ser más sensible y por lo tanto más propensa al enrojecimiento, con una desagradable sensación de escozor, calor e irritación.
- ✓ Piel «tirante» por la pérdida de agua.
- ✓ Sensación de hinchazón en el área de los ojos (bolsas).

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema. Las causas pueden ser:

- ✓ Envejecimiento fisiológico
- ✓ Fotoenvejecimiento
- ✓ Falta de agua
- ✓ Falta de prevención
- ✓ Estilo de vida

Consecuencias

Predecir los efectos negativos que podrían producirse en caso de descuidar el problema.

Si la piel no se trata adecuadamente, la situación puede empeorar de las formas siguientes:

- ✓ Avance de los síntomas
- ✓ Acentuación de las arrugas
- ✓ Alteración de la barrera epidérmica con aparición de alteraciones cutáneas

5. Propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- ✓ Tratamiento en el centro de estética
- ✓ Productos de cuidado personal para usar en casa
- ✓ Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- ✓ La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- ✓ No puede permitirse los gastos
- ✓ No tiene tiempo de venir todas las semanas

Ejemplo de propuesta/solución para mejorar la piel envejecida

Objetivos de tratamiento

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- ✓ Resolver el problema
- ✓ Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

Sra. Bianchi, para mejorar su problema con las arrugas, debemos lograr dos objetivos:

- Hidratar y nutrir la piel
- Contrarrestar los radicales libres

Propuesta de productos y servicios

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- 1) Un sérum antiarrugas de AHA
- 2) una crema antioxidante que revitaliza y protege la piel»

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- 1) Una limpieza profunda regeneradora y exfoliante a base de AHA
- 2) una ampolla de liposomas con vitaminas A y E
- 3) una ampolla con complejos hidratantes, nutritivos y tonificantes
- 4) una mascarilla de ácido hialurónico con un acabado sinérgico de aceites que protegen la piel de los agentes externos».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: el ácido hialurónico y los AHA. El primero es un constituyente natural y esencial del tejido conjuntivo y es responsable de la hidratación y los segundos son siempre de origen natural porque proceden de ácidos de frutas.

Resultados

Los resultados no pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- Un aumento de las defensas naturales frente a los agentes externos
- Una piel más joven y luminosa
- Oxigenación de la piel

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. Cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la clienta se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o lo que se ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ✓ ¿Qué le parece mi propuesta?
- ✓ ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

Consejos estéticos sobre celulitis

Además de ser fisiológica y estéticamente importante, también tienen una función psicológica porque es una manera directa de comunicar emociones. Cuando tienes miedo palidece y pierde color y se pone roja cuando sientes vergüenza; no es casualidad que el acné aparezca en la adolescencia durante los cambios hormonales, fisiológicos y perceptivos, así como que algunas enfermedades debidas al estrés o psicósomáticas tengan consecuencias dermatológicas definidas.

Las figuras profesionales que se encargan del cuidado de la piel son los dermatólogos y los esteticistas. Los primeros son médicos especialistas que se ocupan de las enfermedades de la piel, mientras que los esteticistas puede ofrecer tratamientos cosméticos y servicios no médicos destinados a cambiar, mantener y mejorar el aspecto estético y la belleza de la piel. Los profesionales de la estética pueden jugar un papel muy importante en la educación y la prevención.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de las posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer con un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes habilidades y destrezas:

- Conocimiento sobre anatomía y las propiedades y defectos de la piel, en particular, sobre los tipos de celulitis (paniculopatía edemato-fibro esclerótica) y sus posibles situaciones (primera fase, segunda fase, tercera fase, cuarta fase).
- Capacidades manuales adecuadas.
- Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- El uso correcto de los diferentes equipos.
- Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un asesoramiento ineficaz son:

- Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- No concentrarse.
- Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Las herramientas necesarias para un asesoramiento estético eficaz son:

Medidor de impedancia: una herramienta profesional no invasiva que permite un análisis muy fiable de la grasa corporal, la masa magra y otros fluidos corporales en pocos minutos.

Termografía: la termografía de contacto se basa en el uso de placas de cristal líquido microencapsulado que tienen la propiedad de cambiar de color con los cambios de temperatura. Colocando estas placas en el cuerpo, es posible detectar la temperatura de la piel (que refleja lo que sucede en los tejidos subyacentes) y así resaltar, a través de los colores de la imagen, la presencia o ausencia de los signos típicos de la celulitis y el tipo de adiposidad en diferentes partes del cuerpo.

Plicometría: es una técnica para determinar la cantidad de grasa corporal que se realiza usando un instrumento que mide los pliegues cutáneos en zonas específicas del cuerpo.

Fichas personales y de asesoramiento, si es posible, digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos transmiten al cliente la idea de profesionalidad inmediatamente y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo de una consulta para mejorar un problema de celulitis

Las fases del asesoramiento son:

1. Recolección de datos
2. Las preguntas
3. La reformulación
4. El diagnóstico
5. La propuesta
6. El cierre

1. Recopilación de datos

Cualquier buen asesoramiento comienza siempre con la elaboración (en el caso de un nuevo cliente) o el examen y actualización (en el caso de un cliente fiel) de una ficha personal y de consulta en la que se resume toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

El resto de información, para evitar que se transcriba incorrectamente, la debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- Los diversos problemas
- Las necesidades
- Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- Qué productos utiliza habitualmente
- Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos es importante no solo para conocer mejor al cliente, sino también para:

- Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre un tejido sano y otro en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Las preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular a clientes nuevos).
- Necesidades y problemas relacionados con el cuerpo.
- Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- Deseos.

EJEMPLOS

Preguntas de apertura a una nueva clienta:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergias o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Qué tratamientos suele utilizar para el cuerpo?
- ¿Alguna vez ha usado productos profesionales para el cuidado del cuerpo?
- Preguntas sobre las necesidades y problemas:
- ¿Qué aspecto tienen los tejidos de su cuerpo y cómo los siente?
- ¿Qué le gusta y qué no le gusta de su cuerpo?
- ¿Desde cuándo tiene esa turgencia e hinchazón en los miembros inferiores? (en caso de que la clienta haya revelado claramente su problema)
- ¿Qué zonas le preocupan más con respecto a la celulitis?

Preguntas sobre los deseos:

- ¿Qué parte de su cuerpo le gustaría mejorar?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- Si tuviera que elegir entre dos posibilidades, ¿preferiría mejorar primero la hinchazón de los miembros inferiores o adelgazar las bolsas de grasa?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?
- Descríbame lo que sería para usted el cuerpo ideal.

3. La reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. El diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el cuerpo (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y el cliente escucha. El contenido es puramente técnico. Por eso, y para evitar que la clienta se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- Claro
- Lógico
- Simple
- Resumido
- Adecuado para el interlocutor

Diagnóstico corporal con celulitis

Explicar a la clienta en qué consiste y cuál es el problema. La celulitis está causada por la degeneración de la microcirculación del tejido adiposo con la consiguiente alteración de sus funciones metabólicas más importantes.

Describe lo que ves. A continuación, se enumeran los síntomas y se especifican aquellos que la clienta podría percibir como sensaciones en la piel:

Estadio 1

Es una etapa reversible y se caracteriza por edema y una alteración inicial de la circulación sanguínea. Los vasos tienen una permeabilidad anormal de la pared y esto provoca exudación, estancamiento y acumulación de plasma en los espacios intersticiales. La piel se vuelve más blanda y menos elástica.

Estadio 2

Aumentan los fenómenos que caracterizan al primero estadio. El resultado final es que las fibrillas reticulares presentes alrededor de los adipocitos aumentan en número y grosor, empeorando así el estado de la microcirculación y su relación con los adipocitos; además, hay una pérdida de elasticidad y suavidad de la piel. Disminuyen los intercambios y también se produce un estancamiento de toxinas, por lo que la piel tiene un aspecto pálido, hipotérmico, más viscoso y comienzan a aparecer parestesias, es decir, alteraciones en la sensibilidad de la piel.

Fase 3

Se forman micronódulos, es decir, estructuras redondeadas muy pequeñas encapsuladas por fibrillas de colágeno. Los nódulos y las fibras de colágeno forman una red que, al encerrar la microcirculación y los adipocitos, dificulta los intercambios metabólicos. Comienza así una esclerosis del tejido conjuntivo de la dermis, una hiperqueratosis de la zona afectada y una consecuente mala oxigenación. La piel tiene el característico aspecto de piel de naranja y también hay algo de dolor al palpar.

Estadio 4

Los micronódulos se han multiplicado para formar macronódulos, fácilmente apreciables a la palpación, móviles, dolorosos a la presión y que causan levantamientos del pliegue cutáneo. Esta etapa evoluciona hacia la fibrosis, que es un proceso irreversible caracterizado por una esclerosis final en la que las fibrillas de colágeno forman una textura cada vez más densa y se adhieren, en profundidad, a las bandas musculares. El aspecto de la piel, piel de naranja o de colchón, se vuelve muy marcado, la piel es bastante pálida y manifiesta hipotermia local. Aparecen estrías, sensaciones dolorosas espontáneas y, al palpar, se detectan fácilmente nódulos tanto únicos como conglomerados, casi siempre dolorosos.

Diferencias entre la **adiposidad localizada** y la **celulitis**:

Es importante definir las características que diferencian la adiposidad localizada, que es un fenómeno normal, de la celulitis o paniculopatía edemato-fibro esclerótica (PEFE). Son las siguientes:

Aspecto de la superficie de la piel

En la adiposidad localizada, la piel es lisa, homogénea, de color normal, sin asperezas y no tiene líneas blanquecinas o blanco-amarillentas. La secreción sebácea suele ser normal. La superficie de la piel, en el caso de la celulitis, PEFE en los estadios uno y dos, tiene un aspecto perfectamente normal, idéntico al de la adiposidad localizada. En los estadios tres y cuatro, la superficie de la piel se vuelve irregular, con introflexiones, retracciones en forma de cráter con fondo irregular y finas líneas blanquecinas o amarillo-blanquecinas. La epidermis puede estar en ocasiones seca o aceitosa y se vuelve más delgada en el estadio cuatro.

Sensación a la palpación

Al palpar, la zona con adiposidad localizada no duele, tiene una blandura normal y la elasticidad adecuada; además, no se aprecian placas, edemas, asperezas o macronódulos al tacto. La palpación de una zona afectada por celulitis (PEFE) provoca dolor desde el tercer estadio y este se vuelve más intenso en el cuarto. La pastosidad de la piel aumenta ligeramente en los estadios uno y dos, hasta el punto que la huella dactilar puede permanecer después de la acupresión, mientras que disminuye en el tres y el cuatro. La elasticidad disminuye en todos los estadios y se siente la presencia de placas, al inicio del tercer estadio, ejerciendo una ligera presión con la yema del dedo. En el primer y segundo estadios no hay edema, sino que este aparece en la periferia de las placas de celulitis al comienzo del tercer estadio y luego desaparece en el cuarto. En el tercer estadio comienza a aparecer cierta

irregularidad cutánea con la formación de micronódulos apreciables que rozan la superficie de la piel. En la cuarta etapa se aprecian los macronódulos, formados por la confluencia y encapsulación de varios micronódulos contiguos. Los nódulos de mayor tamaño, apreciables tanto a la palpación profunda como a la plicatura del tejido, varían en tamaño hasta el tamaño de un guisante.

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema. Las causas pueden ser:

- genéticas
- constitucionales
- hormonales
- vasculares
- estilo de vida sedentario
- estrés
- enfermedades hepáticas
- mala alimentación
- trastornos gastrointestinales
- patologías caracterizadas por una marcada retención de líquidos

Consecuencias

Predecir los efectos negativos que podrían producirse en caso de descuidar el problema. Si la piel no se trata adecuadamente, la situación empeorará y se agravarán los síntomas.

5. La propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- Tratamiento en el centro de estética
- Productos de cuidado personal para usar en casa
- Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- No puede permitirse los gastos
- No tiene tiempo para venir todas las semanas

Ejemplo: Propuesta/solución para mejorar la celulitis

OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- Resolver el problema
- Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

«Sra. Bianchi, para mitigar su problema de celulitis y grasa localizada debemos lograr estos objetivos:

- mejorar la circulación sanguínea y linfática,
- contrarrestar la grasa,
- tonificar la zona».

Cómo (productos y servicios)

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- una crema drenante,
- una crema de hiperemia».

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- una limpieza profunda regeneradora y exfoliante,
- tratamientos drenantes,
- tratamientos reductores,
- tratamientos tonificantes».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

«Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: algas y barros, ambos actúan sobre la retención de líquidos y grasas».

Resultados

Estos tampoco pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

«Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- una mejora visual de la piel,
- piernas más ligeras,
- oxigenación tisular,
- mejora de las zonas tratadas».

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. El cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la clienta se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o que lo que se le ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ¿Qué le parece mi propuesta?
- ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

Asesoramiento estético sobre las contracturas de espalda

Una **contractura** en sí misma es un acto defensivo que surge cuando el tejido muscular se estresa más allá de su límite de resistencia fisiológica. La carga excesiva desencadena un mecanismo de defensa que hace que el músculo se contraiga. Las causas subyacentes pueden ser de naturaleza mecánica o metabólica pero aún no se han definido claramente. Lo que se sabe es que están relacionadas de alguna manera con los siguientes factores:

- contractura muscular
- falta de calor general y específico
- preparación física inadecuada
- tensiones excesivas, movimientos bruscos y violentos

La contractura es la menos grave de las lesiones musculares agudas, ya que no provoca ninguna lesión anatómica en las fibras. Lo que ocurre es simplemente que hay un aumento involuntario y permanente de su tono.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer con un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes habilidades y destrezas:

- Conocimiento de la anatomía, propiedades y defectos de la piel y la hipodermis, en particular, de los tipos de contractura.
- Capacidades manuales adecuadas.
- Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- El uso correcto de los diferentes equipos.
- Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un asesoramiento ineficaz son:

- Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- No concentrarse.
- Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Herramientas para un asesoramiento estético eficaz: fichas personales y de consulta, a ser posible digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos transmiten al cliente la idea de profesionalidad inmediatamente y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo de asesoramiento para mejorar un problema de piel envejecida

Las fases del asesoramiento son:

1. Recolección de datos
2. Las preguntas
3. La reformulación
4. El diagnóstico
5. La propuesta

6. El cierre

1. Recopilación de datos

Cualquier buena consulta siempre comienza rellenando (en caso de un nuevo cliente) o examinando y actualizando (en el caso de un cliente fiel) una ficha personal y de consulta que resuma toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

El resto de información, para evitar que se transcriba incorrectamente, la debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- Los diversos problemas
- Las necesidades
- Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- Qué productos utiliza habitualmente
- Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos es importante no solo para conocer mejor al cliente, sino también para:

- Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre una piel sana y otra en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Las preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular a clientes nuevos).
- Las necesidades y problemas relacionados con la piel del rostro.
- Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- Deseos.

EJEMPLOS

Preguntas de apertura a una nueva cliente:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergia o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Hace deporte?
- ¿Suele tener una buena postura?

Preguntas sobre las necesidades y problemas:

- ¿Cómo siente los músculos?

- ¿Hace mucho o poco que tiene la contractura? (en caso de que la clienta haya revelado abiertamente su problema)
- ¿Qué áreas de la espalda le causan más molestias?
- Preguntas sobre los deseos:
- ¿Qué le gustaría mejorar en su cuerpo?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?

3. La reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. El diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el rostro (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y el cliente escucha. El contenido es puramente técnico.

Por eso, y para evitar que la clienta se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- Claro
- Lógico
- Simple
- Resumido
- Adecuado para el interlocutor

Diagnóstico del cuerpo con contractura en la espalda

Explicar a la clienta en qué consiste y cuál es el problema. La contractura muscular es una contracción involuntaria, persistente y dolorosa de uno o más músculos esqueléticos. El músculo afectado está rígido y la hipertonia de las fibras musculares es apreciable al tacto. Una contractura en sí misma es un acto defensivo que surge cuando el tejido muscular se estresa más allá de sus límites de resistencia fisiológicos. La carga excesiva desencadena un mecanismo de defensa que hace que el músculo se contraiga. Las causas subyacentes pueden ser de naturaleza mecánica o metabólica pero aún no están claramente definidas.

Describe lo que ves. Se presentan los siguientes síntomas: la persona afectada por una contractura siente un dolor moderado y generalizado a lo largo de la zona muscular afectada. Se percibe hipertonia con bastante claridad y el cliente se queja de la falta de elasticidad del músculo en los movimientos. La palpación permite apreciar el aumento involuntario del tono muscular y causa dolor, sobre todo en algunos puntos. El dolor es tolerable y no impide continuar con las actividades. Sin embargo, para eliminar el riesgo de complicaciones, es bueno tener cuidado con los movimientos que se producen durante el día y suspender inmediatamente las actividades deportivas.

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema:

- falta de calor general y específico
- preparación física inadecuada
- tensiones excesivas, movimientos bruscos y violentos
- problemas articulares, desequilibrios posturales y musculares, falta de coordinación

La contractura es la menos grave de las lesiones musculares agudas, ya que no provoca ninguna lesión anatómica en las fibras. Lo que ocurre es simplemente que hay un aumento involuntario y permanente de su tono.

Consecuencias

Se anticipan los efectos negativos que podrían ocurrir si se descuida el problema. Si la piel no se trata adecuadamente, la situación empeorará y se agravarán los síntomas.

5. La propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- Tratamiento en el centro de estética
- Productos de cuidado personal para usar en casa
- Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- No puede permitirse los gastos
- No tiene tiempo para venir todas las semanas

Ejemplo: propuesta/solución para mejorar una contractura

OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- Resolver el problema
- Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

«Sra. Bianchi, para aliviar su contractura en la espalda debemos lograr dos objetivos:

- mejorar la circulación sanguínea,
- relajar los músculos,
- oxigenar los tejidos».

Cómo (productos y servicios)

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- un aceite esencial relajante para diluir en la bañera,
- una crema de hiperemia para aplicar sobre la contractura».

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- una limpieza profunda regeneradora y exfoliante,
- tratamientos en la sauna eléctrica para favorecer la eliminación de toxinas y relajar la contractura,
- tratamientos de barro relajantes para preparar el tejido,

- masajes relajantes y masajes del tejido conectivo».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

«Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: relajantes e hiperemiantes, ambos actúan sobre la contractura de la zona».

Resultados

Estos tampoco pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

«Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- una mejora visual de la piel,
- músculos relajados,
- oxigenación tisular,
- eliminación de las contracturas,
- mejora de la postura».

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. El cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la clienta se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o que lo que se le ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ¿Qué le parece mi propuesta?
- ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

5. EL POSTRATAMIENTO

Antes de despedir a la clienta, es necesario mostrarle claramente todos los cambios que se han producido involucrando dos sentidos, la vista y el tacto, y haciéndole dos preguntas específicas:

- ✓ ¿Qué ve diferente? (piel más brillante)
- ✓ ¿Qué siente diferente? (piel más suave, hidratada, compacta)

Este comportamiento redundante también es útil para resaltar la calidad de los productos utilizados y estimular a los clientes a usarlos en casa, recordándoles que los productos profesionales tienen un mayor rendimiento, por lo que el coste, considerando la relación beneficio/precio, es igual o incluso más bajo que el de otros aparentemente más asequibles a la venta en tiendas o supermercados.

Un servicio de calidad no acaba tras esta fase, sino que continúa durante el tratamiento posterior, en el que hay que tomarse unos minutos para preguntar a la clienta si está satisfecha con los resultados

obtenidos, o, en el caso de la reventa, si ve cambios positivos y si necesita más consejos o ayuda. La clienta siempre busca la confirmación de la fiabilidad de su esteticista y, al mismo tiempo, quiere sentirse importante, quiere atención y que alguien la cuide.

6. DESPEDIDA

La despedida es el momento de decir adiós, cuando se acompaña a la clienta a la recepción. Es tan importante como la acogida y el objetivo es prolongar los sentimientos positivos de los momentos pasados en el centro de belleza. La salida debe dejar una sensación de satisfacción, pero, al mismo tiempo, las ganas de volver a confiar en las manos de un profesional de confianza.

Al despedir a los clientes, es importante:

- ✓ Acompañarlos a la recepción.
- ✓ Sonreír.
- ✓ Preguntarles si están satisfechos con el servicio.
- ✓ Preparar la factura.
- ✓ Resumir los servicios realizados, los costes y el total.
- ✓ Preguntarles si quieren reservar una cita para la próxima vez.
- ✓ Ayudarlos a ponerse el abrigo.
- ✓ Acompañarlos hasta la puerta.
- ✓ Darles la despedida.
- ✓ Sonreír.

Procedimientos de gestión ante imprevistos de los clientes

Procedimientos para el manejo de incidentes inesperados con el cliente

A. Incidentes inesperados con citas de clientes

Incidentes inesperados con clientes que no cancelan la cita o que llegan tarde a ella

En tu centro de belleza, no te puedes permitir el lujo de tener clientes que te pongan en apuros por faltar a citas o no cambiarlas. Los clientes que avisan en el último momento o, peor aún, no se presentan a la cita o incluso ni te llaman para avisarte crean un gran perjuicio económico que no puedes simplemente aceptar.

Este daño se materializa en tres pérdidas económicas a la vez:

1. No cobras el tratamiento que no has realizado.
2. Costes por hora del centro de belleza que se consumen tanto si se estás haciendo algo como si no.
3. Falta de oportunidad para agregar otra cita a la agenda.

De hecho, además de la pérdida económica, los clientes «injustos» crean problemas en la organización interna y trastornan el funcionamiento del centro de belleza.

El retraso o la cancelación de última hora desorganizan la agenda y no permiten dar los servicios de calidad que incrementan los ingresos.

Tienes que ser consciente de que si los clientes se comportan de forma inapropiada, es culpa tuya por no haberlos educado bien.

Los clientes «sin educación» se comportan de los siguientes modos:

- Se saltan citas y ni avisan.
- Llegan tarde sin «justificación» y luego esperan tener el mismo espacio de tratamiento que habían reservado.
- Tienen una actitud de «todo es gracias a mí».
- Pagan cuando quieren.
- Nunca dan gracias.
- No siguen tu método de tratamiento (no utilizan los cuidados en casa, no respetan las citas) y luego te culpan de la falta de resultados.
- Pretenden cosas imposibles con actitud arrogante.
- Te utilizan como confidente y luego, en algún momento, descubres que van a tu competidor.

Al aceptar estos riesgos de vez en cuando, has «educado» a tus clientes para que no sigan tu guía y se comporten de una manera que no te resulta efectiva. Si no los corriges y educas de inmediato, por mucho que gasten en tu centro de belleza, al final, te harán perder mucha energía y mucho del tiempo y dinero que podrías haber dedicado a otros clientes.

Por un cliente «desconectado» que pierdes, ganas otros diez que te siguen y que te promocionan de forma positiva.

Así que comienza poniendo en práctica algunas cosas. Primero, establece una política sobre cancelaciones y horarios en tu centro de belleza. Informa a tus clientes con un letrero (y un mensaje por correo electrónico) escrito del modo siguiente:

«Para ofrecer una calidad de servicio cada vez mejor, en casos de imposibilidad de acudir a la cita programada, le rogamos que notifique la cancelación de la misma con **al menos 24 horas de antelación para evitar el cargo del 50 % (100 %)** en su siguiente cita. También le recordamos que no podremos prestar el servicio reservado en caso de retrasos de más de 10 minutos a la cita. Le ofreceremos la

posibilidad, en el tiempo restante, de realizar un tratamiento alternativo. Le agradecemos de antemano su comprensión y cooperación». (Nombre del centro de belleza)
Puedes hacer una excepción una vez, pero luego tienes que ser inflexible.

RECORDAR LAS CITAS A LOS CLIENTES

Hay 3 formas principales de recordárselas a tus clientes:

- Tarjetas de recordatorio
- Mensajes de texto
- Llamadas telefónicas

Tarjetas de recordatorio

No importa si ves que los clientes guardan sus citas en el móvil; aun así debes darles tu tarjeta de recordatorio.

La mayoría de los clientes abrirán su cartera en los días siguientes y es probable que vean el recordatorio.

Mensajes de texto (teléfono móvil)

El uso del chat ya está en la agenda, pero para este tipo de comunicaciones utiliza siempre un mensaje de texto. Los destinatarios perciben este tipo de mensajes como más importantes que otros.

Recuerda mantener el texto simple:

«Recordatorio de la cita en el centro de belleza *Evoluzione Donna* el 30-11-2020 a las 10:00».

Envía el recordatorio de la cita con 48 horas de anticipación, así, darás tiempo a que ajusten su horario o a que te llamen para cambiar la cita. También te da algo de tiempo para administrar la agenda y llenar los huecos de última hora.

Llamadas telefónicas

Las mejor manera de proceder es:

1. Llamar al cliente dos días (48 horas) antes de la fecha de la cita.
2. Dejar un mensaje de voz si no contestan.
3. En cualquier caso, enviar un recordatorio por SMS inmediatamente.

Si no tienes suficiente mano de obra para hacer llamadas a todos los clientes, llama siempre a los clientes primerizos y a aquellos que te dejan plantado en el último momento.

B. Incidentes inesperados durante el tratamiento de un cliente

Eventos inesperados con el uso de AHA

Los productos a base de ácidos de frutas pueden causar un ligero enrojecimiento, ardor y hormigueo en la piel, pero, generalmente, estos efectos desaparecen en poco tiempo. Si duran más o son particularmente intensos:

- El tratamiento debe suspenderse inmediatamente.
- Refrescar el área inmediatamente con una bolsa de agua tibia.
- Usar cremas amortiguadoras.
- Usar cremas hidratantes calmantes.
- Evitar la exposición al sol.
- Utilizar una crema con factor de protección 50.

Eventos inesperados durante un masaje del tejido conectivo

El masaje del tejido conjuntivo solo puede generar enrojecimiento o picor, debido al efecto sobre la microcirculación. Por lo general, el enrojecimiento, el hormigueo o la picazón en la piel también pueden ser causados por el uso de algunos productos utilizados para los masajes, como los aceites

esenciales. Si el cliente tiene la piel especialmente sensible, elige productos más delicados cuidadosamente y con antelación. Estos efectos generalmente desaparecen en poco tiempo.

Si duran más o son especialmente intensos:

- Antes de comenzar el tratamiento, si deseas utilizar aceites esenciales, realiza una prueba de alergia a los aceites esenciales. En la zona interna del antebrazo, aplica unas gotas del producto que pretendas utilizar y espera a ver si se produce cualquier reacción, enrojecimiento u hormigueo. Si se produce una alteración de la piel, obviamente se debe elegir otro producto. En consecuencia:
 - ✓ El tratamiento debe suspenderse.
 - ✓ El producto debe enjuagarse.
 - ✓ El área debe enfriarse inmediatamente con un paquete de agua tibia.
 - ✓ Se deben utilizar productos hidratantes calmantes.
 - ✓ Se debe recordar al cliente que no puede exponerse al sol durante al menos 24 horas.

Sucesos inesperados con el uso de placas termográficas

Si al usar la placa amarilla, permanece negra o solo se ven colores marrones y rojizos, hay que usar la placa verde. Si los colores principales tampoco se muestran en esta placa, la temperatura de la pierna o de la habitación es demasiado baja. Por lo tanto, será necesario repetir la prueba después de conseguir las condiciones ideales.

Si al usar la placa verde, cambian rápidamente todos los colores mostrando un color azul homogéneo, hay que usar la placa amarilla. Si incluso en esta placa la imagen permanece completamente azul, lo mejor es enfriar el área con un secador de pelo normal (aire frío) y verificar que la temperatura ambiente no supere los 24 °C. Luego repetir la prueba.

(Foto: <https://www.facebook.com/793242797409011/photos/cellumeter-kit-%C3%A8-un-sistema-di-termografia-a-contatto-che-permette-di-rilevare-e/2229655450434398/>)



Eventos inesperados durante un masaje corporal del tejido conectivo

Lo único inesperado es la sensación de dolor que puede experimentar el cliente durante el masaje; en este caso, si el dolor es demasiado fuerte, se interrumpe la manipulación o se realiza más suavemente.

Título del material o actividad	8. Tarea práctica: «Tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos antienvjecimiento»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en mejorar el conocimiento de los alumnos sobre los tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos para que aprendan y sean conscientes de los objetivos de desarrollo sostenible. Esta actividad también ayuda al estudiante a utilizar las competencias TIC.</p> <p>La clase se puede dividir en dos grupos (si se lleva a cabo en la escuela). Se le pide a cada grupo que use Internet para buscar tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos que puedan usarse como tratamientos antienvjecimiento. Luego, los grupos deben crear un resumen de la información encontrada con una presentación de PowerPoint que se presentará en frente de toda la clase y del formador.</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>Paso 1: buscar en línea tratamientos alternativos.</p> <p>Paso 2: preparar una presentación de PowerPoint con los resultados.</p> <p>Paso 3: resumir y explicar los resultados.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenador con conexión a Internet y paquete Office
Tiempo necesario	<p>30 minutos para la investigación</p> <p>30 min para la preparación de la presentación</p> <p>10 min por grupo para la exposición</p>
Anexos	Cosméticos orgánicos
Solución de la actividad	Ejemplos de tratamientos ecológicos relacionados con la actividad propuesta

Cosméticos orgánicos

BIOECOCOSMÉTICA

Las categorías de sustancias utilizadas para formular un cosmético son:

- Ingredientes funcionales
- Materiales básicos que constituyen el vehículo
- Aditivos que garantizan la conservación y estabilidad y mejoran las características organolépticas del preparado

La elección de los ingredientes es fundamental; los ingredientes dependen de lo siguiente:

- Calidad
- Funcionalidad del cosmético
- Filosofía

Elegir ingredientes naturales = imagen de autenticidad que vuelve a lo natural.

BIOLÓGICOS

Biológico significa:

«Producto obtenido sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, tratado con tecnologías que no requieren el uso de aditivos sintéticos o artificiales».

Biológico también implica una «filosofía de vida basada en el equilibrio entre el hombre y el medio ambiente».

El término nació en el sector agroalimentario.

COSMÉTICA NATURAL

Se obtiene seleccionando cuidadosamente:

- Los principios activos
- Los ingredientes
- Su sinergia

Destacamos:

- materias primas naturales: extractos animales, vegetales y minerales (extraídos por medios físicos y no químicos)
- derivados naturales (ligeramente modificados)
- compuestos derivados de sustancias naturales (que han sufrido grandes cambios químicos)

Si estas materias primas proceden de la agricultura ecológica, pueden originar un “cosmético ecológico”.

Características:

- No contiene productos transgénicos.
- Se prohíbe o regula la presencia de sustancias químicas utilizadas como conservantes.
- Se prohíben las materias primas derivadas de la petroquímica o completamente sintéticas.

Para estos cosméticos también se analizan los envases utilizados, con el fin de minimizar la contaminación.

Los cosméticos se envasan utilizando:

- envases reciclables
- envases de plástico que no den origen a productos tóxicos en las etapas de eliminación

COMPATIBILIDAD CON LA PIEL:

- Máxima tolerabilidad

- Ausencia de irritabilidad

Como la cosmética tradicional

ECOLÓGICOS:

Minimizan la contaminación

Las condiciones necesarias son la tasa de biodegradación que depende de los siguientes factores:

- Temperatura
- Presencia o ausencia de oxígeno
- Contenido de agua
- Contenido de sal

SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE COSMÉTICOS BIOLÓGICOS

La producción de cosmética ecológica está regulada por la directiva CE 76/768 y sus modificaciones.

Cada país tiene regulaciones concretas para los cosméticos orgánicos.

Están certificados por terceros y dicha certificación se reconoce por la marca del organismo de certificación adherida al paquete.

Actualmente, en Europa hay unos treinta organismos de certificación y normas relacionadas.

El mundo de la cosmética eco-bio no dispone de una legislación europea que regule el uso de ingredientes y es por ello que entran en juego las certificaciones, fruto de un proceso voluntario por parte de una empresa que somete todos o algunos de sus productos a la evaluación de los organismos certificadores.

Las certificaciones se han desarrollado a nivel nacional e internacional.

El 1 de septiembre de 2009 entró en vigor la Norma Internacional Cosmos que ofrece dos niveles de certificación, uno para los productos naturales y otro para los productos o ingredientes orgánicos.

La marca **Cosmos Natural** en la etiqueta garantiza que el 98 % de los ingredientes son de origen natural, mientras que la marca **Cosmos Organic** garantiza el uso de un porcentaje mínimo de ingredientes orgánicos (un mínimo del 10 % en los productos que se aclaran y un mínimo del 20 % en

COSMOS
NATURAL

COSMOS
ORGANIC

todos los demás productos).

NaTrue es una certificación internacional creada por iniciativa de algunos organismos de certificación nacionales.

Han ideado una norma muy restrictiva y rigurosa con el objetivo de reconocer la verdadera cosmética natural y ecológica.

NaTrue clasifica los ingredientes cosméticos en 3 categorías:

- sustancias naturales (no sometidas a tratamientos químicos)
- sustancias idénticas a las naturales (sustancias naturales manipuladas con métodos de procesamiento simples)

- sustancias similares a las naturales (sustancias naturales modificadas con tratamientos químicos)

En consecuencia, proporcionan de 3 tipos de certificaciones:

- cosméticos orgánicos (con un mínimo de 95 % de ingredientes orgánicos)
- cosméticos naturales con componentes biológicos (con un mínimo del 70 % de ingredientes orgánicos)
- cosméticos naturales



EN ITALIA, por otra parte, existen varios organismos de certificación.

La marca **ICEA** de cosmética y limpieza (ECOBIOCOSMESI E ECOBIODETERGENZA) ha obtenido la acreditación internacional emitida por IOAS (Servicio Internacional de Acreditación Orgánica), y es una de las marcas europeas de cosmética y limpieza ecológica más importantes.

Junto con socios como EcoCert, BDIH, Soil Association y CosmeBio, ha creado la marca COSMOS, la primera norma internacional de cosméticos naturales y orgánicos.

El **CCPB** es un organismo de certificación y control de productos agroalimentarios y «no alimentarios» obtenidos en el sector productivo ecológico, ecocompatible y ecosostenible.

Es el primer organismo de certificación italiano reconocido por NATRUE, la principal norma para la certificación de cosméticos orgánicos y naturales.



AIAB representa el primer reconocimiento de cosmética orgánica en Italia. Creado hace más de 10 años, garantiza el cumplimiento de un grupo de condiciones y el uso de buenas prácticas: solo se utilizan materias primas vegetales no alergénicas e irritantes de productos agrícolas y ganaderos ecológicos.



Demeter es la Asociación para la protección de la calidad biodinámica en Italia, un organismo de control y certificación que certifica la cadena de suministro de productos de agricultura biodinámica. En 2012 estableció una norma específica y extremadamente detallada para cosméticos, llamada Demeter/Biodynamic, que incluye reglas muy restrictivas.



Ecocert es un organismo francés que desde 1991 ofrece dos niveles de certificación: **ORGÁNICO** (solo para cosméticos orgánicos) y **NATURAL** (solo para cosméticos naturales).

Bajo el término «cosmética ecológica y orgánica» es necesario que el porcentaje de ingredientes naturales sea al menos del 95 por ciento. Ecocert prohíbe el uso de perfumes sintéticos, conservantes sintéticos, tintes orgánicos sintéticos, aceites minerales y otros

derivados del petróleo, propilenglicol y otros glicoles, SLS, SLES y otros etoxilatos, siliconas y otros ingredientes sintéticos y materias primas probadas en animales.



Soil Association es el organismo de certificación independiente del Reino Unido, que se encarga de la inspección y emisión de certificaciones orgánicas. En el campo cosmético, aplica el norma internacional Cosmos.



EU Ecolabel es la etiqueta europea de calidad ecológica. Distingue productos y servicios que se caracterizan por un impacto ambiental reducido durante todo el ciclo de vida.

Los criterios de Ecolabel también cubren aspectos importantes relacionados con la salud y la seguridad de los consumidores y cualquier aspecto social y ético de los procesos de producción.



Leaping Bunny puede utilizarse para productos que no se han probado en animales en ninguna de las etapas de producción.

El sello Leaping Bunny asegura que los productos e ingredientes no se han probado en animales, pero no significa que el producto con esta certificación sea automáticamente natural o ecológico.

La IHTK (Asociación Internacional de Fabricantes contra las Pruebas en Animales en Cosméticos) ha cooperado estrechamente durante muchos años con la Federación Alemana de Protección Animal para conseguir una clara prohibición de las pruebas con animales en el sector cosmético.

Este sello indica que:

- No se han realizado pruebas con animales durante el desarrollo y la producción de los productos finales.
- No se han utilizado materias primas probadas en animales (desde el 01.01.1979).
- No se han utilizado materias primas obtenidas aplicando crueldad a animales o para las cuales los animales se han sacrificados específicamente (por ejemplo, aceite de visón, esperma de ballena, algalia, aceite de tortuga, seda, carmín de cochinilla).
- Se excluyen las materias primas derivadas de animales vivos, como la cera de abeja, la miel, los productos lácteos y la grasa de lana.
- No existe dependencia económica con otras empresas que realizan experimentos con animales o los encargan.



El USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) es el organismo de referencia en los Estados Unidos.

Utiliza dos niveles de certificación: «100 por cien orgánico» para cosméticos que contienen solo ingredientes de origen orgánico y que pueden mostrar la etiqueta USDA Organic.

«**Organic**», para cosméticos que deben contener al menos un 95 % de ingredientes bio-orgánicos.

EWG Verified ha desarrollado una serie de normas estrictas, con el objetivo de evitar productos con sustancias químicas nocivas en el mercado.

Los productos cosméticos también se han vuelto fácilmente disponibles en Internet, por lo que, antes de cada compra, es bueno leer la etiqueta y conocer el significado de las certificaciones.

ALGUNOS REQUISITOS DE LA COSMÉTICA ORGÁNICA

Materias primas permitidas:

- Vegetales orgánicos y no orgánicos (solo si el equivalente certificado no existe en el mercado)

- Animales orgánicos y no orgánicos (solo si el equivalente certificado no existe en el mercado)
- Minerales
- Sintéticas (sujetas a restricciones)

Materias primas no permitidas:

- Derivados del PEG
- Surfactantes agresivos
- Sustancias que pueden causar daños ecológicos y ambientales
- Derivados de animales como el colágeno, la quitina o la placenta
- Silicona y derivados de la silicona
- Colorantes
- Perfumes sintéticos

Conservantes (sujeto a restricciones)

OGM (organismos modificados genéticamente)

QUÉ INGREDIENTES ESTÁN BIEN Y QUÉ INGREDIENTES, NO ¿Por qué NO a los PETROLATOS?

Se obtienen del petróleo y tienen las siguientes características:

- No biodegradables: permanecen en el medio ambiente.
- No son dermoafines: son sustancias tan diferentes a los lípidos de la piel que no se absorben y son fisiológicamente inertes.
- Oclusivos y aislantes: comedogénicos.
- Pueden contener residuos cancerígenos.

¿Cómo los reconozco en la etiqueta?

En función de su consistencia, se dividen en los siguientes:

- fluidos: aceite de vaselina (INCI paraffinum liquidum)
- semisólidos: vaselina (INCI petrolatum)
- sólidos: parafina (INCI paraffin)

¿Por qué NO a las SILICONAS?

Proceden del silicio, obtenido a partir de un proceso químico que parte de la arena y el carbón. Son muy utilizadas en cosmética.

La primera y más conocida es la DIMETICONA, un aceite ligero y volátil. Después están las ciclosiliconas (INCI cyclomethicone), de alta volatilidad, que se utilizan en cosmética para dar ligereza.

Las siliconas pueden adoptar la forma de geles, gomas de silicona y resinas.

Las siliconas:

- No son biodegradables: permanecen en el medio ambiente.
- No están relacionados con la piel.
- Pueden contener residuos tóxicos.

La sensación de piel suave y sedosa que una silicona es capaz de dar a un cosmético es inigualable: se utilizan para mejorar la suavidad y las sensaciones agradables del producto.

¿Con qué se reemplazan los petrolatos y las siliconas?

Se pueden sustituir por ACEITES, MANTECAS o CERAS de origen vegetal que son:

- biodegradables
- dermoafines

Compuestos principalmente por «triglicéridos» y por una pequeña fracción denominada «insaponificable» rica en tocoferoles, carotenoides, etc.

Todas ellas sustancias muy apreciadas para nuestra piel.

ACEITES

Se extraen de los frutos, las semillas o las semillas germinadas de muchas plantas.

Sin embargo, son fácilmente oxidables y esto implica el uso de antioxidantes (tocoferol, BHT y BHA).

Deben almacenarse en la oscuridad, a bajas temperaturas y con poco oxígeno.

Los más comunes son: aceite de aguacate, aceite de oliva, aceite de arroz, aceite de germen de trigo, aceite de soja, aceite de borraja y aceite de rosa mosqueta.

MANTECAS

Las mantecas vegetales son pastosas a temperatura ambiente.

Las principales son:

- manteca de karité
- manteca de cacao

CERAS

Se dividen en vegetales y animales.

- Vegetales: las más utilizadas son la cera de carnauba, la cera de candelilla y la cera de jojoba.
- Animales: las más utilizadas son la cera de abeja y la lanolina.

¿Por qué NO al PEG y sus derivados?

Las reacciones para sintetizar el PEG pueden conducir a la formación de dioxano, que es una sustancia cancerígena peligrosa.

En cosmética, la mayoría de los tensioactivos y emulsionantes son derivados del PEG.

En la etiqueta en inglés o nomenclatura INCI, se reconocen por el sufijo PEG y la parte terminal de la palabra –eth (laureth), entre ellos, los más conocidos son el Sodium Lauryl Sulfate (dodecilsulfato sódico, laurilsulfato sódico o SDS) y el Sodium Laureth Sulfate (lauril éter sulfato de sodio o SLES): son los tensioactivos más económicos pero también los más agresivos para nuestra piel.

¿Con qué los reemplazamos?

POLIGLUCÓSIDOS DE ALQUILO (ej. alcohol cetearílico): son bien tolerados por la piel y se obtienen a partir de la harina de maíz y el aceite de coco.

CONSERVANTES

Tienen la importante función de impedir la reproducción de microorganismos en el cosmético durante todo el ciclo de vida del producto. Son bien tolerados por la piel humana, incluso cuando causan intolerancias. Dependiendo del envase del cosmético, la cantidad de conservante también variará: baja para un tubo, alta para un frasco.

Conservantes que NO

- Liberadores de formaldehído: por ejemplo, INCI imidazilidinyl urea
- Alérgenos: por ejemplo, INCI methylchloroisothiazolinone
- Ecotóxicos: por ejemplo, INCI triclosan
- Parabenos: por ejemplo, INCI methylparaben, etc. (son la familia más utilizada en cosmética)

Conservantes que SÍ

- Ácido ascórbico, sorbato de potasio (INCI: sorbic acid, potassium sorbate) obtenidos de frutas silvestres
- Derivados de aminoácidos

- Aceites esenciales: tomillo, romero, lavanda, canela, árbol de té
- Ácido dihidroacético, glicerina y derivados: sustraen el agua del cosmético haciéndola inaccesible para los microorganismos que así no pueden proliferar (INCI glycerin)

Los ingredientes animales solo están permitidos si los animales no sufren daños. El ácido hialurónico, que antes se extraía de la cresta del gallo, ahora se produce por biotransformación.

El único color permitido es el caramelo.

NORMATIVA EUROPEA

NORMA COSMOS (Cosmetic Organic Standard)

Sistema de certificación: reúne una marca de calidad común para Europa.

Unificación de la marca orgánica: es una norma de certificación natural y orgánica para productos cosméticos.

Entró en vigor el 1 de enero de 2010.

Garantiza el respeto no solo por nuestra piel, sino también por el mundo que nos rodea.



La cosmética natural avanza hacia una COSMÉTICA BIO - ECO que combina:

- lo natural
- la compatibilidad con la piel
- la compatibilidad ecológica

El cosmético debe:

- Contener materias primas naturales derivadas de la agricultura biológica.
- Ser seguro para la salud.
- Evaluar la compatibilidad absoluta con la piel.
- Tener alta biodegradabilidad y un bajo impacto ambiental.

WEBGRAFÍA

<https://www.cosmos-standard.org/>

Puedes encontrar los documentos oficiales de la norma cosmos (en IT-EN-DE-FR-ES).

<https://www.natrue.org/>

Puedes encontrar las normas oficiales (en IT-EN-DE-FR-ES)

Sitios web en italiano:

<https://www.ecocert.com/it/home>

Ejemplos de tratamientos ecológicos relacionados con la actividad propuesta

Tratamiento antienvjecimiento con uva (orgánico)

El aceite de pepita de uva no solo es un aceite comestible popular, utilizado desde la Edad Media para la producción de cosméticos, sino que también actúa eficazmente en el tratamiento de la inflamación. Un tratamiento facial con uvas desintoxica la piel y el extracto de semilla de uva favorece la renovación celular y contrarresta así el envejecimiento.

Tratamiento facial - Productos cosméticos de Uva: tratamiento que tonifica y detoxifica la piel, favorece la renovación celular y contrarresta el envejecimiento.

Envoltura de hidromiel: las uvas cultivadas en viñedos orgánicos son el preciado ingrediente principal de la envoltura de hidromiel. El aceite de semilla de uva junto con la crema dan lugar a un producto natural de excelente calidad, que se aplica en forma de compresa sobre la piel. Los ácidos de frutas que contiene alisan la piel y la vuelven aterciopelada, como en una especie de lifting con vino. Este tratamiento es ideal para combinarlo con un masaje completo o parcial (tratamiento completamente desintoxicante y alisador de la piel; gracias a la consistencia del producto y a la técnica de aplicación, este pack mejora la circulación sanguínea y purifica la piel, eliminando las células muertas).

Bibliografía:

<https://www.steiermark.com/it/vacanze/rigenerazione-e-benessere/benessere-e-bellezza/segreti-di-bellezza/trattamenti-con-l-uva>

Tratamientos con uva

Un paquete que aporta no solo relajación y bienestar sino también, y sobre todo, belleza y salud de la piel. De hecho, no se trata de una moda pasajera sino de una serie de aplicaciones que ya se han probado y refinado. Los tratamientos de vinoterapia nacieron en Francia en 1999 y posteriormente se desarrollaron también en el campo estético para frenar el deterioro del colágeno y la elastina que, gracias al ácido hialurónico y glicólico, mantienen la piel suave y elástica, evitan la formación de arrugas y contrarrestan el envejecimiento celular.

Beneficios de los tratamientos con uva

Entre los componentes más importantes de las uvas encontramos varias sustancias antioxidantes útiles para contrarrestar la acción nociva de los radicales libres (y, en consecuencia, el proceso de envejecimiento de la piel) y, en particular, un polifenol, el «resveratrol»: se trata de un principio multifuncional, que se encuentra en las semillas (pepitas de uva) y en la piel de las uvas tintas, y por tanto también en el vino elaborado a partir de ellas, y que tiene propiedades muy interesantes en el sector cosmético por su acción antioxidante, sus efectos antiinflamatorios y vasodistensores y su capacidad de estimular la síntesis de colágeno, así como de filtrar eficazmente la radiación UV-B.

Una sola sesión de este tratamiento causará efectos beneficiosos sobre la piel y la regenerará y suavizará. También se recomienda como sesión única. Para un efecto aún más marcado, en función del problema encontrado, se pueden proponer 5, 8 o 10 sesiones.

Peeling de hierbas

Vídeo de un fabricante de peelings a base de hierbas: <https://www.schrammek.com/green-peel/>

Un peeling de hierbas suaviza con extractos orgánicos de abedul, azúcar moreno, frambuesa, té verde y aceite de neem natural. Cómo usarlo: masajear una pequeña cantidad sobre la piel húmeda y aclarar con abundante agua. Usar 1 o 2 veces por semana.

¿Qué es el aceite de neem?

El aceite de neem se obtiene presionando en frío las semillas de *Azadirachta indica* A. Juss, el árbol de neem, de hoja perenne. Su nombre común deriva de *Neemari*, una diosa hindú. Es precisamente en la India donde la planta, perteneciente a la familia de las Meliáceas, crece ampliamente, así como en las zonas tropicales y sur tropicales de África y América Central y del Sur. En la India, se utilizan

tradicionalmente todas las partes del árbol (las hojas, las ramitas, la corteza, las raíces, los frutos amarillos y las semillas) en la medicina ayurvédica por sus numerosas propiedades terapéuticas, hasta el punto de considerarse una «farmacia natural»

El aceite se reconoce por su color oscuro, que va del marrón al verde, pero sobre todo por el característico olor intenso, que no gusta a todo el mundo.

Su sabor también es fuertemente amargo pero no debe ingerirse; está indicado sobre todo por sus propiedades beneficiosas para la piel. Es muy activo, por lo que se aconseja mantener el aceite fuera del alcance de los niños para evitar intoxicaciones.

Propiedades del aceite de neem:

Hidratantes, emolientes, purificantes, antioxidantes, antiinflamatorias, antifúngicas, antibacterianas, repelentes, pesticidas

Ejemplos de tratamientos tecnológicos alternativos relacionados con la actividad propuesta:

1. Iontoforesis estética

La iontoforesis utiliza dos electrodos conectados a un generador de corriente. Deben colocarse en una parte concreta del cuerpo: uno en la zona concreta a tratar, donde previamente se ha untado el activo estético, y el otro en sus proximidades.

Al encender el generador se crea un campo magnético del cual los dos electrodos constituyen uno el polo positivo y el otro, el polo negativo. El flujo de corriente que se crea hace que los iones contenidos en el principio activo del fármaco penetren rápidamente en la piel, a través de los poros y bulbos pilosos, y por tanto se depositen en la zona específica a tratar. Los electrodos se pueden rociar con gel, que tiene un efecto coadyuvante que favorece la absorción del fármaco o activo estético. La duración promedio de una sesión de iontoforesis es de treinta minutos, ya que los iones comienzan a penetrar en el cuerpo después de unos ocho a diez minutos de tratamiento.

Iontoforesis estética facial con vitamina C

Es un tratamiento para introducir vitamina C en la piel mediante cargas eléctricas para transportarla. De esta forma, las células de la piel del rostro absorben directamente esta sustancia.

La iontoforesis de vitamina C se usa comúnmente en la cara para:

eliminar arrugas con un evidente efecto lifting

aclarar la piel con manchas hiperpigmentadas. El tratamiento dura unos 20 minutos y después del procedimiento se debe evitar cualquier exposición al sol.

Con base en el tratamiento facial utilizamos tres geles específicos, cada uno con su propia acción:

Gel facial reparador que contiene un pequeño porcentaje de ácido glicólico, utilizado para la limpieza profunda del rostro. Actúa sobre el acné y las imperfecciones y prepara la piel para posteriores tratamientos antiedad.

Gel facial reestructurante a base de ácido hialurónico, colágeno y vitaminas. Esta es la fase antienvjecimiento en la que actúa sobre los tejidos, las arrugas y la flacidez de la piel.

Gel facial energizante a base de colágeno puro y vitamina E que se utiliza al final del tratamiento para volver a compactar los tejidos y cerrar los poros.

Lo inesperado puede ser:

Irritación de la piel y quemaduras menores.

Es posible tener sensaciones de hormigueo durante el tratamiento.

Cómo proceder:

quitar los electrodos inmediatamente

verificar el grado de quemadura (si es grave, primeros auxilios)

si solo hay rojeces, aplicar una compresa con agua fría y una mascarilla calmante

El número de tratamientos necesarios para observar los efectos positivos depende del tipo de patología o imperfección a tratar; en cualquier caso, la piel queda mucho mejor tras un tratamiento de iontoforesis.

Contraindicaciones:

No se puede practicar la iontoforesis utilizando corriente eléctrica en los siguientes casos:

personas con marcapasos o cualquier cosa de metal, es decir, clavos, tornillos, placas

los que padecen epilepsia o hipoestesia cutánea, es decir, sensibilidad reducida en la epidermis

lesiones cutáneas en la zona a tratar

mujeres embarazadas, ya que no existen estudios médicos que verifiquen las consecuencias que la iontoforesis puede tener en el feto, por lo que siguen siendo desconocidas y potencialmente peligrosas en cuanto a los efectos secundarios, están ligados al mal uso de la maquinaria, que puede provocar quemaduras en la piel, o a una posible reacción alérgica del cliente al principio administrado

2. Radiofrecuencia

La radiofrecuencia (RF) estética es una técnica innovadora que se utiliza en estética para promover el rejuvenecimiento cutáneo no ablativo, lo que significa realizar tratamientos sin recurrir a la cirugía para extirpar tejido. Actúa a través de la emisión de ondas de radio desde la dermis a la hipodermis, lo que estimula la síntesis de nuevo colágeno, la proteína más abundante e importante del cuerpo humano porque juega un papel fundamental en el soporte y estructura de los tejidos conectivos y órganos como la piel, los tendones y los huesos.

Con el paso del tiempo, la piel, debido a factores como la edad o la exposición prolongada al sol, sufre cambios que provocan la pérdida de su tono y elasticidad debido al debilitamiento de los enlaces moleculares entre las fibras y el colágeno y se producen imperfecciones como arrugas o estrías que a menudo no se puede tratar con la terapia láser normal. El tratamiento con RF permite la estimulación y la síntesis de colágeno en pequeñas cantidades, de manera que, en algunos casos, el uso de la cirugía estética no es necesario. Con solo unas pocas sesiones dirigidas es posible remodelar hasta un 25 % de las imperfecciones sin dañar la epidermis, lo que regenera un aumento del tono que puede hacer que la piel sea más tersa y luminosa y corrige aquellas imperfecciones que muchas veces los cosméticos por sí solos no pueden mitigar. La tecnología de RF puede considerarse una especie de estiramiento facial no quirúrgico para remodelar el colágeno. La energía que se produce con la RF es capaz de desarrollar un calor concreto y controlado a nivel de la dermis superficial y profunda. La energía térmica que se desarrolla sigue un gradiente térmico inverso, es mucho mayor a medida que desciende en profundidad de manera que pasa de 35 °C en la epidermis a 55 - 60 °C en la dermis y 40 °C en la hipodermis. En la dermis, a estas temperaturas, el colágeno se desnaturaliza con la consiguiente contracción inmediata de las fibras y con un efecto progresivo en la síntesis de nuevo colágeno.

Tipos de radiofrecuencia

El equipo certificado está equipado con sistemas de seguridad que permiten verificar la emisión de energía y regular la emisión de energía por medio de sensores especiales. El calor producido durante una sesión se desarrolla de media entre 3 y 9 mm de profundidad y provoca un calentamiento homogéneo de hasta 55 - 65 grados centígrados en la zona tratada. Hay varios tipos de equipos que producen el efecto de radiofrecuencia. La radiofrecuencia es una onda corta, cuya frecuencia puede ser variable. Otro parámetro es el número de polos. De hecho, puede ser monopolar, bipolar o tripolar. Además, existen máquinas capaces de combinar múltiples tratamientos entre sí. Cuanto mayor es el número de polos, más energía se distribuye y mejor es el resultado final. En cada cambio de polo, la energía cinética (la energía que posee un cuerpo por el movimiento que tiene o adquiere y que equivale al trabajo necesario para llevar un cuerpo de velocidad cero a una velocidad conocida) se transforma en calor, que calienta los tejidos. El objetivo es calentar cuidadosamente sin quemar la superficie, es decir, la piel. Al modular la acción, es posible remodelar, por ejemplo, la parte interna de

los muslos. Utilizando un gel de glicerina para difundir mejor las radiofrecuencias, la temperatura alcanzada se profundiza, permitiendo lograr el resultado deseado. De hecho, el calor estimula los fibroblastos, que producirán nuevas fibras de colágeno y elastina y, mientras tanto, el calor inducido favorece la contracción de las fibras de colágeno existentes. El efecto es inmediato y se notará una luminosidad y una notable mejoría en la piel. Por consiguiente, la radiofrecuencia se puede utilizar en el rostro y el cuerpo, contra la relajación de los tejidos y la celulitis.

Radiofrecuencia monopolar: alcanza los 6 milímetros de profundidad.

Radiofrecuencia bipolar: efecto más superficial, alcanza los 2 mm de profundidad.

Radiofrecuencia tripolar: efecto más profundo.

Tratamientos combinados

Actualmente, existen máquinas de radiofrecuencia que aportan otras tecnologías relacionadas con potenciar el efecto de la radiofrecuencia y que maximizan la penetración de la energía en la zona tratada y así aumentan consecuentemente la circulación local, además de estimular el drenaje linfático y ayudar a reducir el volumen de las células de grasa.

Advertencias

Para poder realizar el tratamiento sin problemas, la piel no debe estar quemada ni debe tener dermatitis para evitar empeoramientos o irritaciones. El calor provoca una sensación de leve incomodidad, más o menos sensible según la zona de la piel tratada y el umbral de dolor subjetivo de cada persona. Durante el ciclo menstrual, algunas mujeres experimentan una mayor sensación de ardor en la piel, debido a una sensibilidad más aguda, que puede interrumpirse suspendiendo la sesión. Usando correctamente la radiofrecuencia, no debería haber contraindicaciones reales exceptuando los casos con enfermedades de la piel o las ligeras inflamaciones que cursan con leves eritemas y que desaparecen a las 2-3 horas del tratamiento. Inmediatamente después del tratamiento de radiofrecuencia no se recomienda exponerse a fuentes solares (artificiales o naturales). Puede suceder que el área tratada se enrojezca ligeramente debido al aumento del suministro de sangre a los vasos sanguíneos de la dermis superficial estresada.

Radiofrecuencia estética: cuándo evitarla:

- infecciones cutáneas activas
- personas con marcapasos
- portadores de placas o piezas metálicas en la zona a tratar
- enfermedad cardíaca
- diabetes
- enfermedades autoinmunes
- coagulopatías y esclerodermia
- durante el embarazo y la lactancia
- pacientes que ya se han sometido a un lipofilling
- lunares

3. Microdermoabrasión

La microdermoabrasión funciona como una lluvia de micropartículas de cristal limpiador. Se utiliza para eliminar el engrosamiento de la piel, cicatrices de acné, arrugas y manchas en la piel. Los tratamientos de microdermoabrasión son un enfoque nuevo y no quirúrgico para eliminar las imperfecciones relacionadas con el acné y sus cicatrices, pero también otras irregularidades faciales como:

- Imperfecciones
- Acné
- Arrugas
- Estrías

- Manchas oscuras
- Irregularidad del tono
- Piel seca y deshidratada
- Piel particularmente envejecida
- Poros dilatados
- Pequeñas cicatrices
- Dermoabrasión para estrías
- Cuperosis
- Engrosamiento de la piel
- Pequeñas arrugas alrededor de los labios o en cualquier otra parte de la cara

La microdermoabrasión funciona según el mismo principio que la dermoabrasión pero a un nivel más pequeño y microscópico: es una especie de alisado de la piel que se produce mediante el frotamiento de partículas muy pequeñas sobre la epidermis, con el fin de arrancar la capa irregular externa. En realidad, podemos hablar de un tipo de rejuvenecimiento de la piel que utiliza micropartículas de cristales de corindón o una varita con punta de diamante para eliminar la capa superficial de la piel (epidermis) y estimular el crecimiento de nuevas células epiteliales. Esta técnica también ayuda a espesar el colágeno y esto da como resultado la obtención de una piel de aspecto más joven. El colágeno es una proteína de la piel que los bebés producen en abundancia y, como resultado, tienen una piel tersa y suave. La producción de colágeno disminuye con la edad, lo que da como resultado una piel desigual. La dermoabrasión permite raspar y «rematar» las capas superiores de la piel que, debido a la disminución de colágeno, mueren más rápida e irreversiblemente.

El riesgo más común es un cambio en la pigmentación de la piel que resulta en manchas oscuras permanentes. Este fenómeno puede ocurrir en algunos clientes debido a la exposición solar en los días o meses posteriores al tratamiento. Cualquier punto oscuro o claro que pueda desarrollarse debido a la abrasión profunda del tratamiento hace que este procedimiento no sea adecuado para pieles muy oscuras. Por ejemplo, la piel negra o asiática puede decolorarse permanentemente.

Además, las personas que sufren con frecuencia erupciones cutáneas o reacciones alérgicas en la piel pueden experimentar fiebre o herpes labial. Si se tienen pecas, es posible que desaparezcan temporalmente en el área tratada. También puede notarse un agrandamiento de los poros de la piel, que tienden a encogerse una vez que desaparece la hinchazón.

Tipos de microdermoabrasión

Hay dos tipos de tratamientos de microdermoabrasión:

Un enfoque implica el uso de un dispositivo portátil que «dispara» un flujo de diminutos cristales por toda la piel. Un tubo de succión elimina simultáneamente los cristales exfoliantes junto con la piel muerta.

El segundo enfoque utiliza una varita con punta de diamante que se pasa suavemente sobre la piel para exfoliarla. Ambos tratamientos duran aproximadamente media hora. Es posible que se sienta un ligero raspado a medida que el procedimiento elimina las células superficiales de la piel. Además, se puede sentir una sensación de vibración similar a la de un masaje. Nuevamente, hay un mecanismo de succión para eliminar la piel muerta. Posteriormente, la esteticista puede recomendar una crema hidratante o un producto especial destinado a mejorar y prolongar el resultado obtenido.

A RECORDAR

En los días inmediatamente posteriores al tratamiento, es bueno tomar algunas precauciones simples para mantener la piel hidratada, nutrida y limpia:

1. suspender el uso de cosméticos que contengan alfa y beta hidroxiácidos
2. no someterse a tratamientos exfoliantes durante las 72 horas siguientes
3. no someterse a tratamientos de bronceado artificial

4. no exponerse al sol sin protección
5. utilizar un protector que contenga filtros UVA-UVB
6. hidratar la piel a fondo varias veces al día
7. no practicar deportes acuáticos durante las 24 horas siguientes
8. evitar inyecciones de bótox y colágeno o inyecciones de ácido hialurónico durante las 48 h siguientes
9. evitar saunas, sesiones de UVA u otros tratamientos de spa

Beneficios de la microdermoabrasión:

En general, podemos definir la microdermoabrasión como un tratamiento destinado a mejorar el aspecto general de nuestra piel aportándole nueva luminosidad y elasticidad con un efecto rejuvenecedor al que puede someterse cualquier persona. Es una intervención no quirúrgica de corta duración (entre 30 y 60 minutos) y sin efectos secundarios si se realiza correctamente. Los resultados son inmediatamente visibles desde el primer momento; para un resultado óptimo, es recomendable realizar un tratamiento de microdermoabrasión cada 7 - 10 días y con cada tratamiento posterior la piel irá adquiriendo un aspecto cada vez mejor.

4. Oxigenoterapia

El aporte de oxígeno a la piel es fundamental para mantenerla tonificada, compacta, elástica y joven. Con el tiempo, se reduce y la piel pierde tono, se vuelve más opaca y muestra las primeras arrugas. La oxigenoterapia estética es un tratamiento a base de oxígeno hiperbárico que mejora la circulación de la piel, tonificándola y revitalizándola y permite la administración de importantes principios activos, nutritivos e hidratantes, como el ácido hialurónico, vitaminas o células madre. Es un tratamiento rápido (dura unos 15-20 minutos), indoloro y nada invasivo. Consiste en aplicar sobre la piel una pieza de mano que difunde oxígeno hiperbárico y nutrientes en la piel. Al finalizar el tratamiento, no habrá enrojecimiento, hinchazón, hematomas u otras consecuencias desagradables y la persona podrá reincorporarse inmediatamente a su vida social. Desde la primera sesión, el efecto del oxígeno hiperbárico es visible en la piel, que se muestra más luminosa, compacta y tonificada. El mejor efecto se obtiene insertando el tratamiento dentro de un programa global de revitalización facial. La oxigenoterapia es uno de los últimos descubrimientos en el campo estético para combatir las arrugas y el envejecimiento. Esta técnica tiene como objetivo compensar la falta a medida que envejecemos de un mecanismo presente de forma natural en nuestro cuerpo: la capacidad de almacenar y reutilizar adecuadamente el oxígeno para estimular y producir nuevas células. Si esto no se hace, las células envejecen prematuramente. El tratamiento de oxigenoterapia comienza con una suave exfoliación de la piel del rostro. De esta forma, se eliminan las células muertas presentes en la capa externa de nuestra piel. Luego se aplica una solución de limpieza especial para limpiar y tonificar la piel recién exfoliada. Luego se somete a una mascarilla con vitaminas para nutrir aún más la piel.

Por lo tanto, el uso de **oxígeno hiperbárico** implica:

- Aumentar la cantidad de oxígeno en las capas dermoepidérmicas más superficiales de la piel.
- Suministrar ingredientes activos específicos con efectos encaminados a la acción regeneradora, antioxidante, antienvjecimiento y seborreguladora.

La duración del tratamiento es de unos 45 - 50 minutos de media. Los protocolos son personalizados y van en función del grado de envejecimiento o cualquier otra imperfección presente. En cuanto al número de sesiones y la frecuencia en general, podemos decir que se requieren un mínimo de 6 sesiones, semanales, seguidas de un recordatorio mensual para mantener el resultado obtenido. A repetir dos veces al año. Los resultados son visibles desde la primera sesión. Las mejoras se consolidan en las siguientes sesiones para gran satisfacción de los clientes. El rostro aparece más joven, más luminoso y más compacto, los poros de la piel se contraen, las arrugas se atenúan y, sobre todo, se

mejora el óvalo del rostro. En las formas patológicas hay una clara mejoría del manto hidrolipídico y una reducción de los procesos acnéicos con proliferación bacteriana.

5. LPG facial

Vivimos con compresiones, tirones y torsiones. Los músculos, las articulaciones y los huesos necesitan estas fuerzas para continuar existiendo, incluso nuestra piel, por lo que necesitamos ayuda regularmente durante todo el año para continuar manteniendo nuestro capital tisular. El significado de «antiaging» es precisamente este: estimularse para conservarse. No hay nada bello, desde un punto de vista fisiológico, que no corresponda a una correcta funcionalidad. Cuando una persona es hermosa, es hermosa porque funciona bien por dentro. No se puede beber en exceso, dormir poco, fumar, comer mal y ser bello; eso no dura mucho. El estrés, la contaminación y el tabaquismo son factores que pueden dañar la microcirculación venosa y linfática. Las toxinas acaban acumulándose, la piel pierde su luminosidad y la tez deja de ser uniforme. La estimulación mecánica del LPG ayuda a la vascularización y activa el drenaje de toxinas para aclarar la tez. En tan solo 15 minutos, ENDERMOLIFT ilumina la piel devolviéndole todo su esplendor. En una sola sesión, la microcirculación del rostro se activa, los tejidos se reoxigenan, la tez recupera frescura y luminosidad.

- Las principales contraindicaciones son las mismas que las relacionadas con el masaje manual:
- Tumores malignos en evolución
- Infecciones y erupciones en la piel
- Enfermedades inflamatorias
- Tratamientos con fármacos anticoagulantes
- Enfermedades de la sangre

6. Láser

El enorme impulso relacionado con el uso de láseres en medicina ha permitido optimizar este método también en el campo de la estética.

De hecho, la posibilidad de seleccionar longitudes de onda específicas y las intensidades relativas ha permitido perfeccionar el uso del método láser en el tratamiento de algunas imperfecciones de la piel y del rostro como:

- estrías
- cicatrices de acné
- fotorejuvenecimiento de la piel
- hiperpigmentación

Desde un punto de vista biológico, todo es posible gracias a la capacidad del láser para reparar y reestructurar las fibras de colágeno y aportar así elasticidad, brillo y firmeza a la piel.

LÁSER EN EL TRATAMIENTO DE IMPERFECCIONES FACIALES

Las alteraciones de la pigmentación de la piel, las discromías, las cicatrices de acné, los surcos cutáneos, las arrugas acentuadas y la pérdida del brillo y la hidratación normales son las principales imperfecciones asociadas al fotoenvejecimiento cutáneo, más concretamente a la acción dañina de las radiaciones ultravioleta y las especies reactivas de oxígeno. Varios estudios muestran cómo el uso de láseres en el tratamiento del melasma, es decir, la hiperpigmentación cutánea, puede ser particularmente útil, asegurando un ascenso de la melanina hacia las capas más superficiales de la piel y facilitando la descamación del estrato córneo y la restauración del cutis homogéneo.

Por otra parte, se ha demostrado que el fotorrejuvenecimiento con láser de luz pulsada de alta intensidad es eficaz para eliminar los signos clásicos del fotoenvejecimiento, como manchas, lentigo solar, surcos y pequeñas arrugas superficiales, de la piel del rostro, pero también de las manos o del cuello. Todo ello está garantizado por la capacidad del láser de dirigirse selectivamente a las regiones cutáneas afectadas por la imperfección, provocando así microlesiones en las capas más superficiales

de la dermis. Evidentemente, a la lesión le seguirá una fase de curación, caracterizada por el depósito de nuevas fibras de colágeno que determinan una mejora estructural y estética tanto de la dermis como de la epidermis suprayacente. Las mejoras mencionadas ya son evidentes en unas pocas sesiones, lo que hace que este procedimiento sea particularmente fácil y efectivo.

CONSEJOS Y CONTRAINDICACIONES

La elección del tipo de láser, el tipo de intensidad, las características y los métodos de ejecución deben hacerse con especial cuidado y después de haber evaluado cuidadosamente el tipo de lesión y la historia clínica del cliente. El eritema y el edema representan algunas de las complicaciones más comunes asociadas con la terapia con láser. Por esta razón, el esteticista debe informar cuidadosamente al cliente antes de emprender esta estrategia con fines estéticos.

Duración, coste y número de sesiones

Normalmente se necesitan varias sesiones para completar un tratamiento, pero el número de sesiones, su duración y su espaciado en el tiempo, así como el coste relativo, varían según el tipo de tratamiento que se quiera realizar y según el cliente, o como es la imperfección en cuestión. Cada cliente es diferente de los demás, aunque nos refiramos a la misma imperfección; solo tras una visita en el centro, el esteticista podrá evaluar si el tratamiento láser es el más adecuado y, de ser así, el tipo de láser, la duración y los costes relacionados.



**MASAJE FACIAL, DEL CUELLO Y
DEL ESCOTE
[TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON
LOS CUIDADOS]**



1.3		MASAJES DEL ROSTRO, CUELLO Y ESCOTE [TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de realizar masajes cosméticos eligiendo los productos adecuados y teniendo en cuenta las necesidades y deseos del cliente.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar los principios y propósitos del masaje del rostro, cuello y escote. • Describir varias técnicas de masaje facial (clásico, masaje con cepillo, linfático). • Explicar los beneficios generales del masaje facial y sus contraindicaciones. • Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar exfoliantes, limpiadores, mascarillas y cremas durante el masaje facial. • Aplicar y explicar al cliente los masajes de contorno, lifting, limpieza profunda y antienvjecimiento en la cara, el cuello, el escote y los hombros. • Seleccionar los productos cosméticos adecuados para el masaje facial en función de la finalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el masaje del rostro, cuello y escote adecuado de acuerdo con las necesidades del cliente y los principios de seguridad y salud. • Evaluar las reacciones y la satisfacción del cliente y ajustar las técnicas de masaje si es necesario. • Asesorar sobre el apoyo al masaje mediante la aplicación diaria de productos para el cuidado de la piel para todas las edades (movimientos circulares y de barrido). • Determinar la duración del tratamiento, la secuencia, los costes y el cálculo de 	<ul style="list-style-type: none"> • Rellena la ficha del cliente, utilizando técnicas visuales y táctiles para detectar alteraciones en la piel, además de la técnica de la entrevista para rellenar la parte dedicada a la anamnesis general. • Demuestra habilidades interpersonales para manejar la relación con los clientes durante el tiempo del masaje. • Prepara el espacio con todo el material necesario para poder realizar el masaje. • Recomienda los productos y propone soluciones con base en sus conocimientos

		<p>precios e informar al cliente en consecuencia.</p>	<p>cosmetológicos y dermatológicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza el masaje en el tiempo fijado y siguiendo las secuencias correctas. • Maneja los imprevistos relacionados con el comportamiento del cliente o con las complicaciones que puedan surgir durante el masaje. • Conoce las técnicas de higiene y sabe cómo ponerlas en práctica.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

1.3 Masaje del rostro, cuello y escote [tratamiento relacionado con los cuidados]

Lista de materiales y actividades

1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»
2. Caso práctico: «Propuesta de un paquete de tratamientos faciales al cliente»
3. Análisis de vídeo: «Realización de un masaje»
4. Demostración: «Apoyo durante un masaje de tejido conectivo»
5. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»

Objetivo de la unidad

Al finalizar esta unidad, serás capaz de elaborar una ficha de cliente y leer los datos recogidos en ella para escoger el masaje facial más conveniente para las necesidades del cliente. Se requieren habilidades de comunicación y conocimientos básicos de dermatología, anatomía y cosmética. Es muy importante prestar atención al mantenimiento de las reglas de higiene y ser capaz de manejar situaciones inesperadas.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input checked="" type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input checked="" type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|---|--|

Título del material o actividad	1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en realizar un tipo de masaje facial respetando las siguientes fases de trabajo:</p> <p>Paso 1: recibir al cliente.</p> <p>Paso 2: preparar al cliente para el masaje.</p> <p>Paso 3: rellenar la ficha de cliente (tras una breve entrevista con el cliente).</p> <p>Paso 4: realizar las secuencias de limpieza y masaje.</p> <p>Paso 5: asesoramiento final (cuidados en casa, propuestas de tratamientos posteriores, gestión de agenda en función de las elecciones del cliente).</p> <p>La simulación tiene lugar tanto en lengua materna como en inglés.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lámpara con lupa, material desechable, esponjas, cuencos • Cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desmaquillante de ojos, limpiador, tónico, sinergia relajante-linfovital para desbloquear los ganglios
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha de la cara (ver unidad 1.2, actividad 1)</p> <p>Masaje del tejido conectivo facial</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 1.2, actividad 1)</p>
Solución de la actividad	Ejemplo de conversación en inglés para tratar con clientes durante un tratamiento (ver unidad 1.2, actividad 1)

Masaje del tejido conectivo facial

El tejido conectivo es un tejido que, como dice la propia palabra, conecta todas las partes del cuerpo entre sí. Como una tela de araña, sus fibras conectan la superficie de nuestra piel con todas las capas más profundas de nuestro organismo: el tejido conectivo está en todas partes. Todos los órganos están rodeados, contenidos y modelados por las bandas conectivas que delimitan las unidades funcionales, separan las células parenquimatosas únicas, los grupos musculares y los componentes de los sistemas circulatorio, visceral y linfático.

Las fibras de colágeno, de las que se compone este tejido, son más resistentes que las de los órganos y por lo tanto cumplen una verdadera función conectiva, impidiendo cualquier descolgamiento, infiltración o mezcla entre los tejidos y realizando una verdadera función de sostén.

Cuando la pared conectiva fascial está libre para funcionar correctamente, se desliza y fluye entre los tejidos, los órganos y las diversas estructuras y crea un movimiento continuo. Conecta, sostiene y nutre los diversos órganos del cuerpo, incluidos los huesos, los cartílagos y los ligamentos, los tendones, los nervios y los vasos sanguíneos. Se encarga de todos los excesos y todas las acumulaciones de nuestro organismo; es aquí donde se depositan las toxinas y los desechos sobrantes y donde nuestro cuerpo aísla lo que considera desechos o sustancias nocivas porque el tejido conjuntivo, si funciona bien, consigue «limpiar» y «deshacerse» de todo lo que sobra. Cuando esto no sucede, el tejido pierde su funcionalidad y fluidez y esto puede derivar en diversos problemas: dolores musculares, dolores orgánicos, edemas, estancamiento de líquidos, etc.

MASAJE DEL TEJIDO CONJUNTIVO FACIAL

El masaje reflexogénico del tejido conectivo facial es una técnica de masaje profundo y envolvente, diseñada para restaurar el tono de los músculos faciales que incluyen el tejido conectivo y así estimular de manera efectiva la renovación celular y la oxigenación de los tejidos. Sorprende el efecto lifting y de relleno de esta técnica básica de los tratamientos antiarrugas y tonificantes. Es una forma fisiológica y muy agradable de devolver el tono y la luminosidad al rostro.

¿Qué es el masaje del tejido conectivo facial?

El estrés y el ritmo de vida agitado que caracterizan la vida actual no ayudan a mantener la piel joven y, por el contrario, aceleran el envejecimiento, especialmente de la piel del rostro. El masaje del tejido conjuntivo facial y los ejercicios gimnásticos reales mantienen tu rostro en forma y ayudan a mantener la tez radiante, eliminan las arrugas y combaten los efectos negativos que la gravedad tiene sobre el rostro.

El origen de esta filosofía de la belleza proviene de la intuición de la médica y cosmetóloga franco-ucraniana Nadia Grégoria Payot. La cosmetóloga, a partir de los años veinte del siglo pasado, ideó un método de belleza que incluía una serie de ejercicios específicos de gimnasia facial, útiles para mantener tonificados y jóvenes los músculos del rostro. El masaje del tejido conectivo facial que ideó se basa en 42 movimientos distintos, cada uno de los cuales tiene un sistema de estimulación corporal diferente y ayuda a garantizar la relajación, protección, reafirmación y brillo de los rasgos faciales. La técnica del masaje del tejido conjuntivo facial está al alcance de cada uno de nosotros en casa, con interesantes resultados.

El masaje del tejido conjuntivo en la cara y los efectos que el masaje tiene sobre los tejidos y su apariencia varían según las diferentes zonas en las que se realiza.

Para el rostro: preparar la piel masajeándola con las palmas de ambas manos, comenzando por la frente, bajando por los costados de la nariz y llegando hasta la boca y el mentón.

Para el cuello: se alisa la piel de los lados del cuello, con movimientos que van de arriba hacia abajo. Al hacer esto, se estimula y reactiva la circulación sanguínea local.

Para el óvalo de la cara: utilizando los nudillos de los dedos, realizar movimientos circulares comenzando desde la barbilla hacia los lados de la cara, a lo largo de la mandíbula hacia las orejas. De esta forma, se estimulan los adipocitos, que contribuyen a la plenitud y volumen del óvalo del rostro. Los mismos resultados se obtienen realizando ligeros pellizcos en la misma zona, de izquierda a derecha y viceversa.

Para las arrugas de la frente: masajear la zona afectada con la yema de los dedos, reactivando así la circulación sanguínea y tonificando los músculos.

Para el contorno de ojos: para esta delicada zona se pueden realizar 3 movimientos diferentes que ayudan a recuperar una mirada fresca, luminosa y relajada. Con las yemas de los dedos, dar toques en el área debajo de los ojos, luego dar toques suavemente en 5 puntos de presión diferentes y pasar la yema de los dedos por el área. Estos 3 movimientos diferentes estimulan el sistema linfático, la sangre y la circulación linfática respectivamente.

Un estudio realizado sobre una muestra de 100 personas observó los cambios que se registran en el rostro desde la mañana hasta la noche y descubrió un aumento de la profundidad de las arrugas y una reducción de la elasticidad de los tejidos. Los «signos» de la fatiga se concentran a la altura de los ojos con bolsas y ojeras, así como con rasgos faciales más tensos. Si no dormimos lo suficiente por la noche y no ayudamos a que la piel se renueve, estos signos se estabilizan. En definitiva, el estrés y los ritmos apremiantes de la vida propios de la sociedad actual conspiran contra la juventud de la piel y aceleran los procesos de envejecimiento, especialmente del rostro.

El masaje de reflexología del tejido conjuntivo facial es una técnica eficaz demostrada ya que influye positivamente en el tejido conectivo alterado y estimula los adipocitos o células grasas subcutáneas, lo que rellena el contorno del rostro; con un «alisado» especial, se alisan las llamadas arrugas de «león», situadas en la frente y responsables del aire de ceño fruncido; además, están las maniobras que ayudan a reactivar la circulación sanguínea en la zona del cuello, que muchas veces se descuida demasiado, y otras específicas para asegurar la frescura de la zona de los ojos.

Beneficios del masaje reflexivo del tejido conjuntivo facial:

- Desinflama y drena el contorno de ojos reactivando la microcirculación sanguínea y linfática.
- Levanta los volúmenes del rostro y las comisuras de los labios, reduce las arrugas de la sonrisa e ilumina la tez.
- Oxigena la tez favoreciendo el drenaje y relajando el rostro.
- Rellena las arrugas, densifica y energiza los tejidos, estimula el flujo de sangre a la superficie.

En nuestra cara, también hay cientos de vasos sanguíneos y terminaciones nerviosas que corresponden a diferentes áreas de nuestro cuerpo, por lo que, a través de la presión de algunos puntos, es posible influir en la dinámica relacionada con otras partes del cuerpo. En la práctica, masajear una zona de nuestro rostro puede aportar beneficios a la parte del cuerpo correspondiente.

Título del material o actividad	2. Caso práctico: «Propuesta de un paquete de tratamientos faciales al cliente»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad recrea una situación en la que una clienta solicita información sobre el masaje del tejido conectivo y el alumno tiene que ofrecerle un paquete completo.</p> <p>La actividad consiste en estudiar y captar los elementos esenciales de la clienta para ofrecerle un asesoramiento integral que incluya soluciones relacionadas con tratamientos, técnicas manuales, productos antienviejimiento y el posible uso de dispositivos destinados a satisfacer sus necesidades.</p> <p>El caso puede manejarse individualmente o en grupos y el formador o empleador puede llevarlo a cabo tanto de forma escrita como oral.</p> <p>Las partes 2 y 3 son similares y siempre se refieren a la construcción de una propuesta de tratamientos faciales en función del tipo de piel de la clienta.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico
Tiempo necesario	<p>Lectura del caso: 5 min</p> <p>Ejecución del caso: depende de si se realiza de forma escrita u oral.</p>
Anexos	Caso práctico
Solución de la actividad	Caso práctico con respuestas

Caso práctico

Parte 1. Asesoramiento sobre el masaje del tejido conectivo facial.

Descripción: una de tus fieles clientas de cuarenta años te pide información sobre los masajes del tejido conjuntivo facial, ya que nota los primeros signos de envejecimiento en su rostro, que no son más que unas líneas de expresión.

Entrega:

A partir de la información proporcionada, analiza el caso y responde las siguientes preguntas:

P1: ¿Qué preguntas anamnésticas le harías a la cliente?

P2: A raíz de las respuestas de la cliente, ¿qué tratamiento(s) le propondrías a la cliente?

P3: ¿Qué productos antienvjecimiento le recomendarías a la cliente?

P4: ¿Qué tratamientos le recomendarías y qué tipo de programa le harías?

Parte 2. Asesoramiento sobre el masaje del tejido conectivo facial.

Descripción: para cada área indicada en la foto, sugiere una intervención que la esteticista podría implementar o recomendar.



Entrega:

P1: Dada la imagen mostrada, propón qué intervenciones se le podrían sugerir a la hipotética cliente de la foto.

Parte 3. Asesoramiento en tratamientos faciales

Descripción: los clientes que visitan tu centro de bienestar tienen edades comprendidas entre: 20 - 30, 40 - 50 y mayores de 60 años.

Entrega:

P1: Con base en estos tres grupos de edad, ¿qué tratamientos ofrecerías a estos tres tipos de clientes?

Solución

Parte 1. Asesoramiento sobre el masaje del tejido conectivo facial.

P1: ¿Qué preguntas anamnésticas le harías a la clienta?

R1: Posibles preguntas relacionadas con el caso:

¿Hace cuánto que nota las arrugas?

¿Han empeorado con el tiempo?

¿Es usted fumadora?

¿Cuánta agua bebe habitualmente?

¿Qué productos usa y cómo los usa?

¿Alguna vez ha realizado algún tratamiento de belleza y, de ser así, de qué tipo?

P2: A raíz de las respuestas de la clienta, ¿qué tratamiento(s) le propondrías a la clienta?

R2: Con base en las respuestas dadas anteriormente, recomendamos los productos y tratamientos más correctos en la cabina; en este caso, el masaje del tejido conectivo es la técnica manual más correcta.

P3: ¿Qué productos antienvjecimiento le recomendarías a la clienta?

R3: Leche y tónico con vitaminas C, E, A y B5 e ingredientes activos antiedad, como el ácido hialurónico, que son ideales para las pieles con los primeros signos de la edad; desmaquillante bifásico para el contorno de ojos y labios; un sérum facial, que es un producto con una alta concentración de principios activos que se aplica sobre la piel después de la limpieza y antes de la crema para completar o potenciar sus efectos según las necesidades específicas (hidratar, iluminar, reafirmar, combatir las arrugas). Una crema de día que tendrá que tener en cuenta las necesidades diarias de la piel. Durante el día, la piel está en su máximo potencial, obligada a defenderse de las agresiones externas, del ritmo de vida frenético, de los rayos solares y de la contaminación. Recomendar cremas ricas en sustancias antioxidantes y con factor de protección contra los rayos solares, que atacan incluso cuando no somos conscientes de ello. Por la noche, sin embargo, dada la acción autorreparadora que ha de realizar la piel, es necesario utilizar tratamientos más nutritivos, capaces de combatir la deshidratación, como el ácido hialurónico, y con ingredientes que favorezcan la acción reparadora y estimulante de la piel y la actividad celular, como el retinol y las vitaminas C y E.

P4: ¿Qué tratamientos le recomendarías y qué tipo de programa le harías?

R4: Programa: 2 o 3 veces por semana, con un día de descanso entre tratamientos.

Tipo de tratamiento posible: por tratamiento antiedad entendemos todos los tratamientos que pueden estimular y mejorar la producción de elastina y colágeno. Estas proteínas son esenciales para mantener la firmeza de la piel.

Hay muchas variaciones de tratamientos antienvjecimiento:

1. Tratamientos que estimulan los tejidos a través del calor endógeno
2. Tratamientos que estimulan los tejidos a través del oxígeno

Estos tratamientos tienen el mismo fin, el de mejorar el aspecto de la piel «rejuveneciéndola», pero funcionan de formas y con tiempos diferentes.

El primer tipo consiste en tratamientos que comúnmente se agrupan con el término radiofrecuencia, una tecnología que utiliza ondas electromagnéticas. Estas ondas crean un calor que se desarrolla profundamente en los tejidos y estimulan los fibroblastos, las células responsables de la producción de colágeno y elastina. Estas células, estimuladas por el calor, aumentan la producción de nuevas fibras

de colágeno y así crean un efecto relajante y de relleno en la piel. En la práctica, gracias a una estimulación profunda, se obtienen resultados visibles en la superficie.

El segundo tipo es la estimulación a través del oxígeno que se denomina bioestimulación celular. Tiene menos impacto a corto plazo que la radiofrecuencia, pero los resultados son más duraderos en el tiempo. El oxígeno se transporta entre los tejidos gracias a la administración transdérmica, una tecnología que utiliza ondas eléctricas para abrir «canales» en los poros de la piel y transportar sustancias activas (en este caso, precisamente oxígeno) a través de esta. El oxígeno transportado entre los tejidos causa varios efectos:

mejora la circulación sanguínea superficial; estimula el metabolismo de la piel; ayuda a mantener la turgencia de la piel; estimula la actividad de los fibroblastos.

3. Tratamientos con ácido

Se pueden utilizar diferentes tipos de ácidos, los más comunes son:

Ácido mandélico: es recomendable usarlo en pieles sensibles porque tiene una función exfoliante bastante delicada. Útil para combatir el acné y las arrugas leves.

Ácido glicólico: la función exfoliante de este ácido depende de la concentración utilizada. Es un ácido de frutas y se obtiene de la caña de azúcar. Es ideal para combatir el acné, las arrugas, las estrías y las manchas en la piel.

Ácido retinoico: llamado así porque deriva de la vitamina A; tiene un buen efecto exfoliante, capaz de reducir significativamente la hiperpigmentación de la piel.

4. Tratamientos a base de cremas

Las cremas más utilizadas son: desintoxicantes, revitalizantes, regeneradoras, rehidratantes, epitelizantes.

Parte 2. Asesoramiento sobre el masaje del tejido conectivo facial.

P1: Dada la imagen mostrada, propón qué intervenciones se le podrían sugerir a la hipotética cliente de la foto.

R1: Se pueden sugerir los mismos tratamientos que en el CASO 01, pero, además, se debe agregar lo siguiente:

El tratamiento con láser de CO2 fraccionado, que es especialmente útil para combatir no sólo las marcas que dejan el acné y las manchas de la piel, sino sobre todo para eliminar hasta las arrugas más profundas. Es un tratamiento que afecta tanto a la parte superficial de la piel como a la más profunda y por eso tiene efectos muy duraderos. El tratamiento estimula tanto la producción de colágeno y fibras elásticas, como la renovación de la piel y así hace que el rostro esté joven, fresco y suave. La piel entra en contacto directo con las emisiones de los haces de luz y esto puede causar molestias por el calor que desprenden.

Parte 3. Asesoramiento en tratamientos faciales

P1: ¿Qué tratamientos recomendarías a las tres personas de la foto?

R1: Los mismos tratamientos propuestos en los casos 01 y 02.

Título del material o actividad	3. Análisis de vídeo: «Realización de un masaje»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en analizar junto con el grupo, aprendiz o empleado un vídeo de YouTube sobre un tipo de masaje (por ejemplo, un masaje del tejido conectivo). Los pasos a seguir en este caso son:</p> <p>Paso 1: ver el vídeo.</p> <p>Paso 2: responder a las preguntas formuladas por el formador o empleador.</p> <p>Paso 3: identificar cualquier otra técnica que podría usarse en lugar del masaje de tejido conectivo.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tableta u ordenador
Tiempo necesario	<p>Para analizar un vídeo de YouTube:</p> <p>Paso 1: 10 minutos</p> <p>Paso 2: 20 minutos</p> <p>Paso 3: 10 minutos</p>
Anexos	<p>Curso en línea de masaje reflexogénico del tejido conectivo facial https://youtu.be/F_oSlmbuVT4 1.3 Connective Face massage video.MOV</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	4. Demostración: «Apoyo durante un masaje de tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad se puede realizar en 2 ambientes: en la escuela o en el salón de belleza. El formador o empleador tiene la tarea de realizar el masaje del tejido conjuntivo frente al alumno (demostración). Luego, el alumno debe realizar la técnica de acuerdo con la agenda y los deseos del cliente y, en esta etapa, el formador o empleador debe observar durante el masaje (apoyo).</p> <p>Una opción en la escuela: involucrar a 2 alumnos uno al lado del otro en fases alternas (el alumno más experimentado realiza el masaje del tejido conectivo mientras el otro observa y luego cambian de rol).</p> <p>Los pasos que debe seguir el alumno son:</p> <p>Paso 1: observar al capacitador (o estudiante más experimentado).</p> <p>Paso 2: prepararse para el masaje del tejido conectivo.</p> <p>Paso 3: realizar el masaje del tejido conectivo.</p> <p>Paso 4: recoger y limpiar.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lámpara con lupa, material desechable • cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • productos necesarios para el masaje del tejido conectivo
Tiempo necesario	<p>La actividad se realiza en 2 horas:</p> <p>1 hora para la fase de demostración</p> <p>1 hora para la fase de ejecución</p>
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha de la cara (ver unidad 1.3, actividad 1)</p> <p>Masaje del tejido conectivo facial (ver unidad 1.3, actividad 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 1.3, actividad 1)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	5. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo mejorar las habilidades de gestión de los alumnos y su capacidad para crear buenas relaciones con los clientes, durante todas las fases del tratamiento. El juego de roles permite a los alumnos mejorar sus habilidades de comunicación. El formador podrá intervenir ofreciendo cualquier sugerencia que conduzca a un juego de roles más complejo.</p> <p>El juego de roles también se puede llevar a cabo en un idioma extranjero.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una descripción escrita del juego de roles elegido
Tiempo necesario	15 min para cada juego de roles con dos estudiantes
Anexos	<p>Comunicación en el sector del bienestar (ver unidad 1.2, actividad 7)</p> <p>Procedimientos de gestión ante imprevistos de los clientes (ver unidad 1.2, actividad 7)</p>
Solución de la actividad	Ejemplo de conversación en inglés para tratar con clientes durante un tratamiento (ver unidad 1.2, actividad 1)



**ACTIVIDADES DE MAQUILLAJE
[TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA
BELLEZA]**



1.4		ACTIVIDADES DE MAQUILLAJE [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultado de aprendizaje: la persona es capaz de aplicar maquillaje.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar los tipos de preparaciones, herramientas y utensilios utilizados en los tratamientos faciales de belleza. • Explicar indicaciones y contraindicaciones que dificultan o impiden realizar un tratamiento de belleza. • Explicar las características faciales y la clasificación de la forma de la cara. • Recordar elementos sobre la combinación de colores y los principios del diseño. • Enumerar técnicas para la corrección de defectos faciales • Enumerar tipos y técnicas de maquillaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elegir preparaciones cosméticas y complementos para el maquillaje. • Tener en cuenta el color de la piel y el cabello del cliente, su vestimenta y la ocasión al recomendar una combinación de colores para el maquillaje. • Tener en cuenta y explicar la forma de la cara y las características del cliente al aplicar el maquillaje. • Corregir defectos según sea necesario con tratamientos de belleza que incluyan la corrección de la cara, los ojos, las cejas y la boca. • Evaluar los efectos del 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar servicios de cosmética decorativa, identificando los deseos del cliente y hablando con los clientes sobre el maquillaje que se está aplicando, la combinación de colores y los productos utilizados. • Evaluar los efectos del tratamiento y hacer correcciones o cambios si es necesario. • Determinar la duración del tratamiento, la secuencia, los costes y el cálculo de precios e informar al cliente en consecuencia. • Adaptar el procedimiento de maquillaje en 	<ul style="list-style-type: none"> • Informa y consulta al cliente sobre las secuencias y los productos para las actividades de maquillaje de manera profesional y comprensible, también en un idioma extranjero. • Informa al cliente sobre los costes del maquillaje y su duración. • Selecciona los productos cosméticos en función del estado de la piel, el color del cabello y la forma del rostro para disimular las imperfecciones de la piel. • Informa sobre los colores y el estilo del maquillaje según la edad del cliente y la ocasión (usando aplicaciones y programas para la visualización del

<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar ingredientes cosméticos en productos de maquillaje relevantes. • Describir técnicas para corregir la forma de las cejas. • Recordar métodos de modelado de pestañas. • Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. • Identificar ingredientes en los productos de maquillaje que puedan ser potencialmente dañinos para la salud de un cliente o para el medio ambiente. • Mencionar herramientas digitales (programas, aplicaciones) utilizadas para crear diseños de maquillaje o anunciar 	<p>tratamiento de belleza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar los cosméticos y procedimientos decorativos apropiados para la ocasión específica (diario, ocasional, elegante) • Tener en cuenta las tendencias de la moda al maquillar. • Tener en cuenta las tendencias de la moda al modelar las pestañas. • Tener en cuenta las características individuales o necesidades especiales de determinados grupos de clientes (mujeres embarazadas, personas mayores, personas con intolerancias, etc.). • Seleccionar productos de maquillaje en función de su efecto previsto en la salud del cliente o en el medio ambiente. • Emplear herramientas digitales para crear diseños de 	<p>función de las características individuales de los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicarse con seguridad y eficacia con el cliente en inglés (o cualquier otro idioma extranjero relevante) sobre cuestiones relacionadas con el maquillaje. 	<p>maquillaje cuando corresponda).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informa sobre los efectos del maquillaje y los posibles errores en el maquillaje de día o de noche. • Mantiene su propia área de trabajo (es decir, luz, espejo, utensilios, equipo, etc.) de acuerdo con las normas de higiene y seguridad antes, durante y después del tratamiento. • Maquilla según la forma del rostro y las condiciones de la piel, la ocasión y los deseos del cliente, teniendo en cuenta las cuestiones ambientales. • Evalúa los resultados del maquillaje y aplica cualquier corrección en caso necesario. • Asesora al cliente sobre el desmaquillado y los cuidados faciales posteriores teniendo en cuenta las características individuales o las necesidades especiales.
---	--	---	---

<p>servicios de maquillaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recordar todos los términos relacionados con el maquillaje en inglés o cualquier otro idioma extranjero relevante para el país concreto. 	<p>maquillaje o materiales de promoción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicarle en inglés al cliente los pasos clave del procedimiento de maquillaje (o en cualquier otro idioma extranjero relevante en el país concreto). 		<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona productos y herramientas de maquillaje que no dañan la salud del cliente ni el medio ambiente.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

1.4 Actividades de maquillaje (tratamiento relacionado con la belleza)

Lista de materiales y actividades

1. Tarea práctica: «Asesorar al cliente»
2. Ejercicio escrito: «Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje»
3. Caso práctico: «Selección de colores para el maquillaje»
4. Simulación, demostración: «Aplicación de maquillaje para bodas»
5. Tarea práctica: «Forma del rostro y cutis»
6. Tarea práctica: «Seleccionar productos apropiados»
7. Demostración: «Usar el lápiz labial»
8. Tarea práctica: «Pasos para aplicar maquillaje»
9. Análisis de vídeo: «Análisis del color»
10. Ejercicio escrito: «Principios del maquillaje fotográfico»
11. Demostración: «Maquillaje para pieles maduras»
12. Tarea práctica: «Desmaquillado y cuidados faciales»
13. Tarea práctica: «Productos de maquillaje ecológicos»
14. Tarea práctica: «Crear una historia en Instagram»
15. Tarea práctica: «Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles»

Objetivo de la unidad

Después de completar esta unidad, podrás ofrecer servicios de cosmética decorativa realizando todos los procedimientos en un orden establecido y teniendo en cuenta los deseos y necesidades identificados de un cliente.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|---|--|

Título del material o actividad	1. Tarea práctica: «Asesorar al cliente»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad se centra en aspectos de la comunicación entre el esteticista y el cliente. También puede ayudar a evaluar el nivel de dominio del inglés del alumno si las respuestas se proporcionan en inglés.</p> <p>Paso 1: ver el diálogo del vídeo en inglés (00:00:24-00:00:52).</p> <p>Paso 2: presentar las respuestas dando información sobre el procedimiento, los productos a utilizar, los precios y la duración.</p> <p>Paso 3: comparar las respuestas del alumno con las respuestas dadas en el vídeo. Si se realiza en grupo, la actividad ofrece la posibilidad de revisar las respuestas de los alumnos y debatir el contenido, la forma de comunicación y las cortesías utilizadas.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo con el diálogo. • Conexión a Internet en caso de utilizar el vídeo subido al canal de YouTube, ordenador o cualquier dispositivo para escuchar un archivo de audio. Si los dispositivos no están disponibles, es posible utilizar la transcripción escrita del diálogo. • Notas de papel y lápices para los alumnos.
Tiempo necesario	20 min
Anexos	<p>Dialogue 4 Decorative cosmetics https://www.youtube.com/watch?v=pPP7OUQuWqI&list=PLfBtP54LkdxGUGiQCF-fnBfz7h-fag6Eq&index=17&t=1s</p>
Solución de la actividad	Después de sus propias presentaciones, los alumnos ven el vídeo completo (00:00:24-00:03:59) y lo comparan con sus propias respuestas.

Título del material o actividad	2. Ejercicio escrito: «Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad tiene como objetivo repasar los aspectos y reglas más comunes a la hora de maquillar.</p> <p>Paso 1: recibir el enunciado con el ejercicio y seleccionar las respuestas correctas.</p> <p>Paso 2: comparar las propias respuestas con las de la plantilla de soluciones.</p> <p>Paso 3: debatir en el grupo las respuestas correctas con el apoyo del capacitador para asegurarse de que todos los alumnos entiendan correctamente las reglas y los principios del maquillaje.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de ejercicios con preguntas • Lápiz
Tiempo necesario	<p>10 min para el ejercicio</p> <p>30 min para revisión de las respuestas y debate</p>
Anexos	Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje
Solución de la actividad	Solución: «Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje»

Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje

Selecciona una respuesta correcta:

1. Una cara cuadrada se caracteriza por:
 - a) una barbilla redondeada
 - b) una mandíbula ancha
 - c) una frente alta

2. Cejas más adecuadas para una cara ovalada:
 - a) arqueadas
 - b) con forma natural
 - c) rectas

3. La distancia entre la ceja y el ojo debe ser:
 - a) igual al ancho del ojo
 - b) igual a la altura del ojo
 - c) a cualquier distancia del ojo

4. En el maquillaje de ojos pequeños:
 - a) aplicar una sombra oscura en el pliegue del párpado
 - b) marcar el párpado inferior con una sombra en la base de las pestañas
 - c) usar sombras claras en el párpado móvil

5. Para obtener un efecto de labios prominentes, debes:
 - a) dibujar el contorno de los labios más allá de su línea natural
 - b) dibujar el contorno de los labios por el interior con un lápiz blanco
 - c) justo por encima de la línea del contorno de la boca, dibujar una línea blanca delgada con un lápiz suave

6. En los labios con comisuras caídas aplicar:
 - a) barra de labios de color medio en las comisuras de los labios y una barra de labios más profunda en el medio de los labios
 - b) barra de labios de color claro en las comisuras de los labios y una barra de labios más profunda en el medio de los labios
 - c) barra de labios de color claro en todos los labios

7. En el maquillaje de ojos con párpados caídos:
 - a) aplicar la sombra oscura sobre el pliegue del párpado
 - b) aplicar un color oscuro sobre la parte móvil del párpado
 - c) marcar el párpado inferior en la base de las pestañas con una sombra

8. ¿Qué tono de base puede ayudar a disimular la rosácea o el enrojecimiento excesivo?
 - a) verde
 - b) melocotón
 - c) lavanda

9. ¿Cuál es la mejor manera de maquillar pieles seboreicas?

- a) usando pinceles de maquillaje
 - b) usando una esponja de maquillaje
 - c) usando los dedos
10. ¿Qué tipo de base debes evitar si tienes la piel grasa?
- a) polvos minerales
 - b) bases acuosas
 - c) bases de maquillaje infundidas con aceites

Solución: «Analizar los rasgos faciales y aplicar maquillaje»

1. Una cara cuadrada se caracteriza por:
 - a) una barbilla redondeada
 - b) una mandíbula ancha**
 - c) una frente alta

2. Cejas más adecuadas para una cara ovalada:
 - a) arqueadas
 - b) con forma natural**
 - c) rectas

3. La distancia entre la ceja y el ojo debe ser:
 - a) igual al ancho del ojo
 - b) igual a la altura del ojo**
 - c) a cualquier distancia del ojo

4. En el maquillaje de ojos pequeños:
 - a) aplicar una sombra oscura en el pliegue del párpado
 - b) marcar el párpado inferior con una sombra en la base de las pestañas
 - c) usar sombras claras en el párpado móvil**

5. Para obtener un efecto de labios prominentes, debes:
 - a) dibujar el contorno de los labios más allá de su línea natural
 - b) dibujar el contorno de los labios por el interior con un lápiz blanco
 - c) justo por encima de la línea del contorno de la boca, dibujar una línea blanca delgada con un lápiz suave**

6. En los labios con comisuras caídas aplicar:
 - a) barra de labios de color medio en las comisuras de los labios y una barra de labios más profunda en el medio de los labios**
 - b) barra de labios de color claro en las comisuras de los labios y una barra de labios más profunda en el medio de los labios
 - c) barra de labios de color claro en todos los labios

7. En el maquillaje de ojos con párpados caídos:
 - a) aplicar la sombra oscura sobre el pliegue del párpado
 - b) aplicar un color oscuro sobre la parte móvil del párpado**
 - c) marcar el párpado inferior en la base de las pestañas con una sombra

8. ¿Qué tono de base puede ayudar a disimular la rosácea o el enrojecimiento excesivo?
 - a) verde**
 - b) melocotón
 - c) lavanda

9. ¿Cuál es la mejor manera de maquillar pieles seborreicas?
 - a) usando pinceles de maquillaje

- b) usando una esponja de maquillaje
 - c) **usando los dedos**
10. ¿Qué tipo de base debes evitar si tienes la piel grasa?
- a) polvos minerales
 - b) bases acuosas
 - c) **bases de maquillaje infundidas con aceites**

Título del material o actividad	3. Caso práctico: «Selección de colores para el maquillaje»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad ayuda a los alumnos a adquirir habilidades a la hora de asesorar sobre el maquillaje y seleccionar los colores de maquillaje más adecuados a las características del rostro.</p> <p>Paso 1: ver el vídeo en inglés (00:02:07-00:02:31).</p> <p>Paso 2: diseñar una propuesta de maquillaje y colores para la mujer del vídeo.</p> <p>Paso 3: visualizar el vídeo completo y comparar las propuestas de maquillaje con la propuesta presentada en el vídeo.</p> <p>Paso 4: resumen y discusión de las reglas y principios para la selección de colores.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo con diálogo. • Conexión a Internet en caso de utilizar el vídeo subido al canal de YouTube, ordenador o cualquier dispositivo para escuchar un archivo de audio. Si los dispositivos no están disponibles, es posible utilizar la transcripción escrita del diálogo. • Notas de papel y lápices para los alumnos.
Tiempo necesario	20 min para el ejercicio
Anexos	<p>Dialogue 4 Decorative cosmetics https://www.youtube.com/watch?v=pPP7OUQuWqI&list=PLfBtP54LkdxGUGiQCF-fnBfz7h-fag6Eq&index=17&t=1s</p>
Solución de la actividad	El vídeo completo (00:02:07-00:03:16)

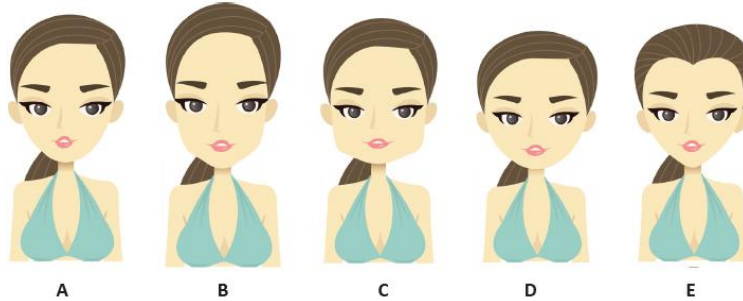
Título del material o actividad	4. Simulación, demostración: «Aplicación de maquillaje para bodas»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es practicar el uso de las herramientas TIC disponibles (una aplicación para el diseño de maquillaje) al asesorar a una clienta y crear un diseño de maquillaje para ocasiones especiales, por ejemplo, una boda. La comunicación con la clienta también juega un papel importante en este caso: cuando se lleva a cabo un juego de roles, los alumnos deben tener en cuenta las reglas de comunicación correcta y de educación.</p> <p>Paso 1: buscar aplicaciones disponibles para el diseño de maquillaje (la mejor opción es usar aplicaciones o vídeos gratuitos).</p> <p>Paso 2: dividir en parejas donde una persona asume el rol de esteticista y la otra, el de clienta.</p> <p>Paso 3: crear un diseño de maquillaje, quien hace de esteticista, con el uso de la aplicación seleccionada.</p> <p>Paso 4: asesoramiento y explicación del maquillaje seleccionado por el esteticista.</p> <p>Paso 5: aplicar el maquillaje según el diseño creado con la ayuda de la aplicación seleccionada.</p> <p>Paso 6: comparar el maquillaje real con el diseño creado en la aplicación y debatir sugerencias y mejoras.</p> <p>Esta actividad también se puede realizar en inglés para comprobar el nivel de competencia de los alumnos en dicho idioma extranjero.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos cosméticos para maquillaje, herramientas y utensilios. • Dispositivos de TI (smartphone, tableta, etc.), la cantidad de equipos depende de la cantidad de alumnos
Tiempo necesario	1 hora y 30 minutos
Anexos	
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	5. Tarea práctica: «Forma del rostro y cutis»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad se centra en la evaluación de la forma del rostro y su complejidad y las formas de dar forma/modelar un rostro durante el maquillaje, por ejemplo, maquillaje de noche y de diario. La actividad incluye también algunas cuestiones teóricas relacionadas con la forma del rostro y su modelado.</p> <p>Paso 1: recibir el enunciado de los ejercicios con las tres tareas; trabajo individual: proporcionar respuestas por escrito.</p> <p>Paso 2: presentar las propias respuestas (dependiendo del tamaño del grupo, cada persona puede presentar las respuestas o solo los alumnos seleccionados).</p> <p>Paso 3: con ayuda del capacitador, crear una lista de lo que se debe y lo que no se debe hacer al dar forma/modelar un rostro para el maquillaje de noche y de día.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enunciados con fotos • Papel y lápiz
Tiempo necesario	50 min
Anexos	Forma del rostro y cutis
Solución de la actividad	Solución: «Forma del rostro y cutis»

Forma del rostro y cutis

Responde las preguntas a continuación:

- Mira las 5 imágenes de las formas de la cara y nombra cada forma de la cara. Para las tres formas seleccionadas por el capacitador, proporciona recomendaciones sobre qué partes de la cara deben oscurecerse para modelar/dar forma a la cara.



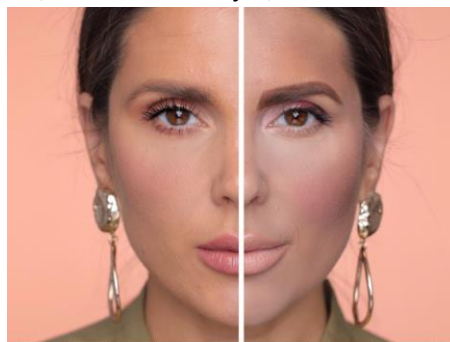
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

- ¿Qué objetivo tienen el asesoramiento sobre el color?

- Mira las 2 imágenes diferentes de maquillaje: maquillaje de día y de noche, analiza cuál de las imágenes presenta un maquillaje bueno/bien hecho y cuál necesita mejorar. Enumera los errores del maquillaje, ¿qué sugerirías cambiar?

3.1. Maquillaje diario:

En tu opinión, ¿qué imagen presenta un maquillaje bueno/bien hecho y cuál, defectuoso? A partir de las siguientes imágenes, enumera los errores más evidentes. Los errores están relacionados no solo con el color utilizado sino también con las formas creadas con los diferentes colores; analiza la base de la piel, los pómulos, el área de los ojos, incluidas las cejas y los labios.



3.2. Maquillaje de noche

En tu opinión, ¿qué imagen presenta un maquillaje bueno/bien hecho y cuál, defectuoso? A partir de las siguientes imágenes, enumera los errores más evidentes. Los errores están relacionados no solo con el color utilizado sino también con las formas creadas con los diferentes colores; analiza la base de la piel, los pómulos, el área de los ojos, incluidas las cejas y los labios.



Solución: «Forma del rostro y cutis»

1.

- a) **Rostro ovalado:** en la mayoría de casos no se usa ningún «truco» para disimular posibles defectos.
- b) **Rostro alargado:** usar un tono oscuro en la frente y la mandíbula inferior para acortar ópticamente la cara. Debajo de los pómulos también se puede usar un tono más oscuro y encima de los pómulos se usa un iluminador.
- c) **Rostro rectangular:** al usar un tono más oscuro en la mandíbula y las sienes, el rostro parece volverse más ovalado y más suave. También se puede usar un iluminador en la parte superior de los pómulos.
- d) **Rostro redondo:** para que se vea más delgado, usar un tono oscuro debajo de los pómulos hasta la línea del cabello. Se resalta el mentón y la zona superior de los pómulos.
- e) **Rostro triangular:** usar un tono más oscuro para ambos lados de la frente y el mentón; en la parte superior de los pómulos, se usa un iluminador.

2. El objetivo de un asesoramiento sobre el color es encontrar y definir una armonía entre el cabello, la piel y el color de los ojos, por un lado, y el maquillaje y el color de la ropa, por otro.

3.

3.1. Maquillaje diario:

La imagen de la izquierda muestra un maquillaje correcto/a juego, mientras que la foto de la derecha muestra un maquillaje con los errores más comunes al seleccionar los colores de la base, dar forma al rostro y seleccionar los colores de las mejillas, las sombras de ojos, los colores y la forma de las cejas y los labios. En el vídeo, se explican en detalle las técnicas, la aplicación de colores y el modelado: <https://www.youtube.com/watch?v=ooxyFoBZrXM>

3.2. Maquillaje de noche:

La imagen de la izquierda muestra un maquillaje correcto/a juego, mientras que la foto de la derecha muestra un maquillaje con los errores más comunes al seleccionar los colores de la base, dar forma al rostro y seleccionar los colores de las mejillas, las sombras de ojos, los colores y la forma de las cejas y los labios. En el vídeo se explican en detalle las técnicas, la aplicación de colores y el modelado: <https://www.youtube.com/watch?v=m0daIFQjLIc>

Título del material o actividad	6. Tarea práctica: «Seleccionar productos apropiados»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	Esta actividad ayuda a repasar y sistematizar los conocimientos sobre las herramientas y utensilios utilizados para el maquillaje, así como los procedimientos de limpieza, desinfección y esterilización. Paso 1: recibir los enunciados de los ejercicios con las tres tareas y responder todas las preguntas individualmente y por escrito. Paso 2: comparar las propias respuestas (si se hace en grupo).
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Enunciado de los ejercicios con imágenes. • Lápiz
Tiempo necesario	30 min
Anexos	Seleccionar productos apropiados
Solución de la actividad	Solución: «Seleccionar productos apropiados»

Seleccionar productos apropiados

a) Relaciona los productos con las tareas relevantes.

1. Limpieza y cuidado facial
2. Maquillaje facial
3. Maquillaje de ojos
4. Maquillaje de labios
5. Maquillaje de mejillas

- a. Agua micelar
- b. Base cremosa
- c. Lápiz kajal
- d. Tónico
- e. Iluminador
- f. Crema de día
- g. Polvos sueltos
- h. Corrector
- i. Brillo de labios
- j. Base líquida
- k. Polvos compactos
- l. Sombras de ojos
- m. Máscara de pestañas
- n. Colorete
- o. Delineador de ojos
- p. Pintalabios

b) Mira los utensilios, materiales y herramientas y relaciona los artículos con el procedimiento adecuado de limpieza, desinfección y eliminación después del maquillaje.

Producto



Foto: Pixabay



Foto: Pixabay

Procedimiento



Foto: elevato.com



Foto: elevato.com



Foto: elevato.com

- c) Explica el procedimiento de limpieza (higienización), desinfección y esterilización. ¿Qué harás con los contenedores, las toallas usadas, los discos de algodón y el equipo usado?

Solución: «Seleccionar productos apropiados»

a)

1. Limpieza y cuidado facial
 - a. Agua micelar
 - d. Tónico
 - f. Crema de día

2. Maquillaje facial

<ol style="list-style-type: none"> b. Base cremosa e. Iluminador g. Polvos sueltos h. Corrector j. Base líquida k. Polvos compactos 	<ol style="list-style-type: none"> a. Agua micelar b. Base cremosa c. Lápiz kajal d. Tónico e. Iluminador f. Crema de día g. Polvos sueltos h. Corrector
---	--

3. Maquillaje de ojos

<ol style="list-style-type: none"> c. Lápiz kajal l. Sombras de ojos m. Máscara de pestañas o. Delineador de ojos 	<ol style="list-style-type: none"> i. Brillo de labios j. Base líquida k. Polvos compactos l. Sombras de ojos m. Máscara de pestañas n. Colorete
---	--

4. Maquillaje de labios
 - i. Brillo de labios
 - p. Pintalabios

5. Maquillaje de mejillas
 - n. Colorete

b)

Producto



Foto: Pixabay

Procedimiento

Limpieza



Foto: Pixabay

Esterilización



Limpieza

Foto: envato.com



Esterilización

Foto: envato.com



Eliminación de residuos

Foto: envato.com

c)

Higienización: limpieza y lavado regulares con agua jabonosa tibia que promueve la salud al eliminar la suciedad y reducir el crecimiento de gérmenes y bacterias. Las manos se pueden lavar con agua y jabón o usando un desinfectante de manos a base de alcohol.

Desinfección: esta es una forma de limpieza adecuada para superficies como los carros y equipos. Reduce el número de gérmenes y bacterias para que no sean perjudiciales para la salud. La mayoría de las soluciones desinfectantes son a base de alcohol o lejía.

Esterilización: mata gérmenes y bacterias y se usa para herramientas y equipos, así como para superficies. Los métodos son el calor seco, la esterilización por vapor o los líquidos esterilizantes.

Eliminación de residuos: el algodón usado, los pañuelos desechables u otros artículos desechables deben colocarse en un contenedor con pedal de inmediato. Para tratamientos como la depilación en los que puede haber fluidos cutáneos como la sangre, los residuos deben desecharse en un contenedor de basura para residuos sanitarios. Las herramientas se esterilizan, el equipo se limpia y toda la ropa de cama y las toallas se lavan.

Título del material o actividad	7. Demostración: «Usar el lápiz labial»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad ayuda a los alumnos a practicar la aplicación de lápiz labial teniendo en cuenta la forma de los labios.</p> <p>Paso 1: seleccionar dos personas con diferentes formas de labios (alumnos o personas externas). Cada persona debe tener una forma diferente de labios, por ejemplo, labios demasiado estrechos o irregulares.</p> <p>Paso 2: cada alumno aplica el lápiz labial en los modelos para formar labios ideales.</p> <p>Paso 3: describir las técnicas utilizadas y hacer sugerencias al cliente sobre cómo aplicar el lápiz labial según la forma y sobre cómo cuidar los labios de forma natural. Hay que tener en cuenta elementos de comunicación adecuada con el cliente.</p> <p>Paso 4: resumen y conclusiones del formador y los alumnos.</p> <p>El paso 3 de esta actividad también se puede llevar a cabo en inglés para verificar el nivel de competencia del alumno en dicho idioma extranjero.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos cosméticos para labios, instrumentos.
Tiempo necesario	30 min
Anexos	
Solución de la actividad	Consejos para dar forma a los labios

Consejos para dar forma a los labios

- Labio inferior delgado: extender la curva del labio inferior fuera de la forma natural para equilibrarlo.
- Labio superior delgado: construir la curva del labio superior delineando el labio superior.
- Labios delgados: los labios deben ensancharse; la forma se delineará fuera de la forma natural con una línea curva suave.
- Labios pequeños: construir los lados del labio superior e inferior y extender las comisuras de la boca.
- Labios con comisuras caídas: construir el labio superior en las comisuras de la boca para levantar los labios visualmente.
- Labios grandes y carnosos: colorear con el lápiz labial dentro de la línea de los labios. Sombrear el color en los lados. Mantener los bordes muy definidos y bien acabados.
- Labios irregulares: delinear justo por fuera de las partes más delgadas de la línea natural de los labios.
- Boca demasiado ovalada: colorear el centro de los labios superiores formando un ligero arco de Cupido.
- Arco de Cupido afilado: rellenar la mayor parte del arco de Cupido, ensanchar los lados de los labios superior e inferior.
- Labios arrugados: aplicar una crema hidratante y una base o un corrector transparente a base de crema. Usar una brocha para bases o las yemas de los dedos y presionar ligeramente el corrector en las arrugas. Un corrector transparente suavizará los defectos alrededor de la boca sin arrugar ni apelmazar alrededor de los labios.

Título del material o actividad	8. Tarea práctica: «Pasos para aplicar maquillaje»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad permite recordar los pasos del maquillaje y el orden correcto de aplicación. Además, la actividad se centra en la observación del cliente y su comportamiento para conocer su nivel de satisfacción.</p> <p>Paso 1: nombrar los posibles pasos para aplicar un maquillaje de día.</p> <p>Paso 2: analizar el vídeo y enumerar todos los pasos que se ven en el vídeo, comparando los resultados con la propia lista.</p> <p>Paso 3: evaluar la satisfacción de un cliente con el servicio.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo • Conexión a Internet en caso de usar el vídeo subido en el canal de YouTube
Tiempo necesario	20 min
Anexos	<p>Dialogue 4 Decorative cosmetics. Technical video https://www.youtube.com/watch?v=MtfjyE_HPzo&list=PLfBtP54LkdxGUGiQCF-fnBfz7h-fag6Eq&index=14</p>
Solución de la actividad	Pasos para aplicar el maquillaje

Pasos para aplicar el maquillaje

Pasos importantes en la aplicación de maquillaje:

- Comenzar preguntando a la clienta si se siente cómoda antes de maquillarse.
- A continuación, empezar aplicando la prebase por todo el rostro.
- Aplicar la imprimación con los dedos.
- La prebase evitará que el maquillaje se corra y hará que dure más.
- Usar un corrector y un iluminador debajo de los ojos, en el medio de la frente, a lo largo de la nariz y en la barbilla. Esto ayudará a iluminar estas áreas.
- Usar una esponja y aplicar el corrector hasta que se mezcle con la piel.
- Luego aplicar una base que coincida con el tono de piel.
- Hacer las cejas más oscuras usando un lápiz de cejas.
- Al aplicar la sombra de ojos, usar un color neutro en el párpado y aplicar un color ligeramente más oscuro en el pliegue del párpado.
- Se puede usar un color más claro debajo de la ceja para resaltar el ojo.
- Después de aplicar la sombra de ojos, usar un delineador líquido.
- Es importante probar el aplicador para comprobar si hay grumos y eliminarlos.
- Comenzar aplicando el delineador de ojos en el punto más interno del párpado y trabajar con él hasta el punto más externo.
- Aplicar una línea fina y continuar espesando el delineador de ojos hasta lograr el grosor deseado.
- Pedir a la clienta que mantenga los ojos cerrados hasta que el delineador se haya secado.
- Una vez que el delineador se haya fijado, aplicar la máscara de pestañas en las pestañas.
- Pedirle a la clienta que abra los ojos y mire al suelo mientras se aplica la máscara en las pestañas superiores. Usar la punta del cepillo para separar las pestañas.
- Pedirle a la clienta que mire hacia arriba cuando se esté aplicando la máscara en las pestañas inferiores.
- Aplicar maquillaje sobre el puente de la nariz y las mejillas después de aplicar el maquillaje de ojos y antes de contornear los pómulos con un polvo oscuro.
- Usar un iluminador en los pómulos, en la parte inferior de la nariz, en la punta del mentón y en la mitad de la frente.
- Usar polvos fijadores en todo el rostro.
- Seleccionar un delineador de labios un poco más oscuro que el color natural de labios y rellenar los labios con un brillo de labios.

Título del material o actividad	9. Análisis de vídeo: «Análisis del color»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad sirve como recordatorio de los diferentes tipos de colores y sus características, y ayuda a realizar los servicios de dar consejo y asesorar al cliente.</p> <p>Paso 1: ver el vídeo "Cosméticos decorativos" y describir qué tipo de color es la mujer del vídeo: <i>a. invierno, b. verano, c. primavera o d. otoño.</i></p> <p>Paso 2: explicar las principales características del tipo seleccionado y aconsejar cuáles son los colores de maquillaje más adecuados. Los estudiantes también pueden consultar algunas fuentes de información en Internet, por ejemplo, https://anuschkarees.com/blog/2013/09/24/colour-analysis-part-i-finding-your-type.</p> <p>Paso 3: dividir en parejas, donde un alumno hace el papel de esteticista y el otro, el de cliente. Por turnos, identificar el tipo de color de cada uno y recomendar los colores de maquillaje más adecuados para el cliente. Este paso también se puede llevar a cabo en inglés para verificar el nivel de competencia del alumno en dicho idioma extranjero.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo • Conexión a Internet en caso de usar el vídeo subido en el canal de YouTube
Tiempo necesario	<p>15 min para ver el vídeo y preparar la tarea 2, incluyendo la presentación de la tarea</p> <p>20 min para el paso 3, dependiendo del número de alumnos, esta parte puede llevar más tiempo</p>
Anexos	<p>Herramienta de evaluación U4Ex7 de Assess Well https://www.youtube.com/watch?v=mdbOBQVjwVM</p>
Solución de la actividad	<p>Solución: «Análisis del color»</p>

Solución: «Análisis del color»

La respuesta correcta es: *tipo verano*

El análisis del color se basa en las cuatro estaciones básicas. Aquí, se tienen en cuenta dos elementos:

- el tono básico de la piel, el cabello y los ojos (cálido/dorado frente a frío/ceniciento)
- cómo de clara o profunda es la coloración general y específicamente la del cabello

A veces, es difícil evaluar el tipo de color, ya que el color del cabello o los ojos pueden tener diferentes tonos. Además de los tipos de las 4 estaciones, hay 12 tonos, que permiten analizar el tipo de mejor manera.

Tipo invierno:

- color de piel: tonos rosados u oliva
- color de ojos: gris oscuro, verde, marrón oscuro
- color del cabello: castaño oscuro, negro, negro azulado, rubio claro
- maquillaje: este tipo no necesita mucho color, pero sí fuertes contrastes
- base: tonos rosa, beige u oliva sin amarillo
- sombras de ojos: colores fríos y duros, por ejemplo, azul acero, antracita, malva. Los ojos se resaltan con un delineador
- máscara de pestañas: negro intenso
- labios: el lápiz labial debe contener un matiz azul frío

Tipo otoño:

- color de piel: bronce o dorado
- color de ojos: marrón dorado, marrón oscuro, ámbar, azul verdoso, verde, oliva
- color del cabello: rojo de claro a oscuro, granate, rubio medio con algo de rojo
- base: los tonos con una base beige-amarilla resaltan el color de piel cálido
- sombras de ojos: colores cálidos y mate como el marrón, cobre, dorado y oliva
- máscara de pestañas: marrón oscuro
- labios: resaltar intensamente los labios con un color marrón rojizo, óxido, terracota o naranja
- colorete: colores apagados del naranja al terracota

Tipo verano:

- color de piel: rosado
- color de ojos: gris, gris azulado, azul claro, azul verdoso o marrón avellana con base gris
- color del cabello: rubio ceniza, castaño de claro a medio con reflejos rubio ceniza
- base: tonos con un brillo rosado
- sombras de ojos: colores fríos y delicados como el gris, el morado o el rosa
- máscara de pestañas: antracita o marrón-negro
- labios: todo tipo de rosas
- colorete: el color ideal es el rosa empolvado

Tipo primavera:

- color de piel: dorado, claro
- color de ojos: azul, azul turquesa, marrón grisáceo o marrón dorado
- color de pelo: rubio rojizo brillante
- base: tonos que contienen amarillo

- sombras de ojos: depende del color de los ojos, desde un marrón cálido hasta un verde delicado, por ejemplo, todo es posible.
- máscara de pestañas: marrón
- labios: todos los tonos desde naranja hasta tonos marrones, no demasiado oscuros
- colorete: colorete delicado con colores naranja claro.

Título del material o actividad	10. Ejercicio escrito: «Principios del maquillaje fotográfico»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	Esta actividad permite recordar los principios fundamentales de la aplicación del maquillaje fotográfico (blanco y negro o color). Paso 1: recibir un enunciado con dos fotos, en blanco y negro y en color; enumerar las reglas más importantes para aplicar maquillaje en el caso de fotografías en blanco y negro y en color (en al menos 10 oraciones). Paso 2: comparar los resultados entre los alumnos con ayuda del formador.
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • enunciado con las fotos • papel, bolígrafo
Tiempo necesario	20 min para analizar las imágenes y describir los principios 15 minutos para la presentación de los resultados por parte de los alumnos seleccionados y el debate
Anexos	Principios del maquillaje fotográfico
Solución de la actividad	Solución: «Principios del maquillaje fotográfico»

Solución: «Principios del maquillaje fotográfico»

El arte del maquillaje fotográfico requiere que la técnica del maquillador sea perfecta. Hacer fotos significa pintar con luz, por lo que es muy importante tener en cuenta los efectos de la luz. El tipo de luz, así como la ubicación de su fuente al tomar fotografías, afecta la forma en que aparece el maquillaje en la foto. Una iluminación inadecuada puede hacer que los colores de los cosméticos se desvanezcan y cambie su saturación o intensidad. Para realizar un maquillaje fotográfico de manera profesional, es importante aprender a interpretar la luz. Además, la quietud de la imagen, su naturaleza estática y la fuerte iluminación exponen más detalles de los que se pueden ver cuando la cara está en movimiento.

- La base del maquillaje fotográfico es una cobertura perfecta del rostro, cuello y escote con los cosméticos adecuados;
- el maquillaje fotográfico requiere bases y correctores de alta cobertura; lo mejor es usar productos profesionales que tengan una alta cobertura;
- la base debe ser ligeramente más oscura que la piel, ya que el flash ilumina el rostro. El maquillaje debe fijarse con un polvo especial, llamado polvo fijador;
- eliminar el exceso de polvo con un pincel limpio (o un secador) después de unos minutos;
- un buen efecto mate en la piel ayuda a evitar efectos negativos en las fotografías;
- generalmente, los colores deben ser más intensos que en la realidad, ya que la lente de la cámara absorbe los colores y muchas veces les quita intensidad;
- se deben evitar el brillo y la purpurina. Para el maquillaje fotográfico típico, los productos mate o satinados, o también un perla suave, funcionan mucho mejor;
- es importante difuminar cuidadosamente los bordes de las sombras y las transiciones de color;
- el contorno de los labios debe enfatizarse cuidadosamente, su perfilado debe ser perfecto. El lápiz labial no debe sobresalir del delineador ni sobrepasar los bordes de los labios;
- antes de aplicar el maquillaje fotográfico, es necesario determinar con qué luz se tomará la fotografía. La iluminación y la forma en que se aplica el maquillaje deben combinarse de forma perfecta.
- Antes de tomar una foto, deben realizarse unos días antes los tratamientos de belleza como el modelado/corrección de cejas, el tinte de pestañas, un exfoliante y una mascarilla hidratante.
- El mejor momento para tomar una foto es entre las 11:00 y las 12:00, cuando la mayoría de la gente está relajada; a las 14:00, la mayoría de la gente tiene su punto bajo.
- Para la sesión de fotos, la modelo debe presentarse sin maquillaje, con el cabello recién lavado y sin esmalte de uñas.

Además de las reglas generales mencionadas anteriormente, también existen algunos principios para tomar fotografías según la luz.

Fotografía en color, iluminación cálida

- contiene tonos cálidos como el amarillo, el dorado, el naranja y el rojo;
- bajo tal iluminación, es mejor usar colores cálidos en el maquillaje: amarillo, melocotón, albaricoque, coral, marrón, chocolate, granate cálido, beige cálido;
- no se recomiendan los colores fríos porque con esta luz se volverán grises y se verán sosos.

Fotografía en color, iluminación fría

- contiene tonos azules;
- resalta las imperfecciones de la piel;
- el uso de colores cálidos en el maquillaje hace que estos se atenúen visiblemente;

- el maquillaje debe basarse en colores fríos: violeta, rosa frío, azul, blanco, turquesa o gris, recordando que todas las tonalidades utilizadas aparecerán en la fotografía un poco más frías de lo que realmente son;
- la luz fría expone las imperfecciones moradas y rojas, así que asegúrate de retocar cuidadosamente las áreas debajo de los ojos, así como los capilares y las imperfecciones.

Fotografía en color, iluminación difusa

- con esta luz, el maquillaje que mejor se ve es el de colores pastel;
- no se recomiendan los contrastes ni colores fuertes. Además, el maquillaje no debe ser intenso;
- las correcciones no deben ser demasiado exageradas. El maquillaje debe aplicarse de manera uniforme y completa;
- la luz difusa es muy realista. Algunas pequeñas imperfecciones se verán como manchas antiestéticas.

Fotografía en color con iluminación de contraste

- Esta es una iluminación fuerte, generalmente apuntando en una dirección;
- en el maquillaje, se utilizan colores fuertes y se modela cuidadosamente el rostro con colores claros y oscuros, porque esta luz suele aplanar el rostro;
- cuanto más fuerte sea la luz, más expresivo debe ser el claroscuro;
- un elemento importante de este maquillaje es la aplicación precisa del colorete, que también debe servir para corregir las proporciones del rostro (el colorete generalmente se aplica debajo de los pómulos);
- en este maquillaje evitamos las sombras perladas, porque parecen grasas.

Fotos en color

El maquillaje y el modelado se realizan según el efecto deseado, como un maquillaje de día o de noche. Sin embargo, se debe usar un maquillaje fotográfico especial, ya que el maquillaje normal contiene blanqueadores ópticos que hacen que la cara brille. El camuflaje es una alternativa al maquillaje fotográfico porque no contiene blanqueadores ópticos. A no ser que se deseen explícitamente, deben evitarse los tonos brillantes y utilizar mates.

Fotos en blanco y negro

En una foto en blanco y negro, el observador solo ve valores de negro, blanco y gris. No importa qué tonos de color se usen para la ropa y el maquillaje, los colores claros parecen más claros, los colores oscuros más oscuros, los colores fríos limpios (por lo tanto, usa colores azulados) y colores cálidos deslucidos (por ejemplo, el amarillo parece gris).

La sobreexposición hace que la piel parezca más uniforme y la subexposición enfatiza las irregularidades. Por lo tanto, siempre aplica un maquillaje un poco más claro y que cubra bien en general, porque las irregularidades aparecen como manchas grises. El camuflaje también es una base excelente para una foto en blanco y negro. El maquillaje para fotografías en blanco y negro suele limitarse al clásico sombreado de ojos.

Título del material o actividad	11. Demostración: «Maquillaje para pieles maduras»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad permite a los alumnos practicar la aplicación de maquillaje para clientes con piel madura. Durante la actividad, los estudiantes practican el procedimiento de maquillaje y recuerdan los principios fundamentales del maquillaje para clientes mayores.</p> <p>Paso 1: aplicar maquillaje de diario en pieles maduras y explicar los principios fundamentales del maquillaje para clientes mayores.</p> <p>Paso 2: comparar los resultados de cada alumno y hacer correcciones si es necesario.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utensilios y herramientas de maquillaje • Modelos: mujeres con piel madura
Tiempo necesario	40 min
Anexos	
Solución de la actividad	<p>Principios fundamentales del maquillaje para pieles maduras</p> <p>How I Do Makeup On Mature Skin</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=ahv8INXR-U</p>

Principios fundamentales a la hora de maquillar pieles maduras:

- Menos es más.
- La atención se centra en ocultar las arrugas, las manchas de la edad y las ojeras, así como en refrescar la tez cetrina y suavizar las irregularidades.
- Se deben evitar los productos con mucho brillo, aunque un brillo ligero puede suavizar las pequeñas arrugas.
- Es importante que la base tenga propiedades nutritivas. Hay bases para pieles maduras que prometen un efecto hidratante y nutritivo. Ingredientes especiales, p. ej., las proteínas de la seda y los pigmentos que reflejan la luz, dan a la piel un aspecto sedoso y suave. Además, tienen alta cobertura y no se asientan en las arrugas.

Prebase de maquillaje

Como prebase del maquillaje se aplica un producto de cuidado de día para pieles exigentes.

Cobertura e iluminación

Los correctores en barra o los productos tipo crema están especialmente indicados para cubrir las manchas de la edad y las ojeras y para iluminar las líneas de expresión.

Base de maquillaje

El color de la base debe combinar muy bien con el tono de la piel. En ningún caso debe ser más oscuro, de lo contrario el rostro parecerá aún más mayor. La mejor opción es aplicar la base con una esponja de maquillaje.

Empolvar

El polvo para matizar y fijar el maquillaje a menudo no es necesario, ya que la producción de sebo de la piel de más edad se reduce y esta es menos brillante en general. Además, usar una base con pigmentos que reflejen la luz estropearía el efecto deseado.

Cejas

Cepilla las cejas para darles forma y, si es necesario, rellénalas o perfílalas con polvos para cejas.

Sombra de ojos

Usa colores suaves y claros para la sombra de ojos. Usa colores particularmente llamativos con moderación.

Delineador de ojos

Si el cliente quiere una línea de ojos, dibuja una línea fina con un delineador de ojos o kohl.

Máscara de pestañas

Las pestañas deben estar bien maquilladas; esto hace que el ojo se vea más grande y más abierto. Si el cliente tiene un párpado caído, usa máscara a prueba de agua para que no se asiente en el párpado después de poco tiempo.

Perfilador de labios

El delineador de labios permite crear un contorno claro y hacer algunas correcciones en la forma de los labios.

Colorete

Un toque de colorete, teniendo en cuenta la forma del rostro, aporta frescura al rostro.

Los alumnos también pueden buscar vídeos disponibles en Internet sobre cómo aplicar un maquillaje para pieles maduras; aquí hay un ejemplo que ofrece algunos consejos adicionales: <https://www.youtube.com/watch?v=ahv8INXR-U>.

Título del material o actividad	12. Tarea práctica: «Desmaquillado y cuidados faciales»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad ayuda a los alumnos a practicar la comunicación con los clientes, incluyendo los servicios de asesoramiento.</p> <p>Paso 1: dividir en parejas, donde un alumno desempeña el papel de esteticista, y el otro, el de cliente (los roles se pueden cambiar después).</p> <p>Paso 2: proporcionar asesoramiento al cliente sobre el procedimiento de eliminación del maquillaje. El esteticista deberá explicar qué tipo de productos se deben utilizar para el desmaquillado y sugerir los productos para el desmaquillado diario/doméstico en función del tipo de piel del cliente; instrucciones de desmaquillado en los ojos; productos utilizados para el contorno de ojos, contorno de labios, limpieza de rostro, cuello y escote, uso de compresas calientes en caso necesario, etc.</p> <p>Paso 3: proporcionar recomendaciones sobre la eliminación del maquillaje y el cuidado facial para afecciones especiales de la piel: piel madura, piel grasa, piel seca.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • ninguno
Tiempo necesario	20 min
Anexos	
Solución de la actividad	Solución: «Desmaquillado y cuidados faciales»

Solución: «Desmaquillado y cuidados faciales»

Paso 2

Ejemplo de posible respuesta

Permítame darle alguna información general. Si yo fuera usted, me quitaría primero el maquillaje de los ojos. Le recomendaría verter un desmaquillante de ojos en un disco de algodón y sostenerlo contra su ojo cerrado durante unos segundos. Después, no frote sus ojos sino limpie suavemente el maquillaje. Como ha utilizado máscara de pestañas impermeable, yo usaría un limpiador a base de aceite.

Después, sería necesario que se limpiara la cara y el cuello. Recuerde que es importante apartar el cabello primero. Puede usar agua micelar o cualquier otro limpiador diario. Cuando busque un producto adecuado, escoja preferentemente los que están destinados específicamente para pieles sensibles.

Por último, aplique su crema de noche o tratamiento como de costumbre.

Paso 3

Piel madura

La piel madura tiende a perder agua más rápido, pero se regenera más lentamente; la cantidad de lípidos en la piel se reduce. Por lo tanto, la regla principal al quitar el maquillaje es evitar ingredientes abrasivos fuertes (incluidos los que son a base de alcohol) que podrían dañar la barrera epidérmica; es aconsejable utilizar limpiadores cremosos, a base de aceite o a base de escualano. Para el cuidado diario, se recomienda el uso de productos que contengan ceramidas, ácidos grasos y colesterol; estos ayudan a preservar la barrera lipídica. Los productos con bajo porcentaje de ácidos pueden ayudar a mantener el equilibrio del pH (estos solo deben usarse ocasionalmente). El retinol es un ingrediente antienvjecimiento eficaz, pero debe introducirse en la rutina lentamente y en pequeñas concentraciones.

Piel grasa

En el caso de la piel grasa, el primer impulso es utilizar ingredientes altamente activos que eliminen todo el sebo de la cara. Sin embargo, esto puede tener un efecto adverso porque la piel comienza a producir cada vez más sebo tratando de restaurar su barrera epidérmica. Las personas con piel grasa pueden usar limpiadores espumosos y agua micelar, pero hay que asegurarse de que no contengan abrasivos agresivos. Los productos con ácido salicílico también se pueden utilizar ocasionalmente, ya que ayudan a disolver el sebo y evitar los poros obstruidos y las espinillas; la niacinamida también regula la producción de sebo. La piel grasa también debe hidratarse a fondo; en este caso, se deben evitar los productos a base de aceites y se debe dar preferencia al ácido hialurónico, el escualeno y los factores hidratantes naturales.

Piel seca

Las personas con piel seca tienen que usar limpiadores suaves que no sequen la piel aún más, aceites limpiadores o bálsamos, así como agua micelar. Para el cuidado diario, se recomiendan los productos hidratantes, aquellos que contienen factores hidratantes naturales (aminoácidos, ácidos grasos, triglicéridos, urea, ceramidas, fosfolípidos, etc.), ácido hialurónico y escualano.

Título del material o actividad	13. Tarea práctica: «Productos de maquillaje ecológicos»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Este ejercicio tiene como objetivo evaluar el conocimiento del alumno sobre las tendencias actuales en sostenibilidad y comportamiento respetuoso con el medio ambiente, específicamente en lo que respecta a los productos de belleza y de maquillaje.</p> <p>Paso 1: recibir el enunciado con las preguntas y seleccionar las respuestas correctas.</p> <p>Paso 2: enumerar (investigando) productos de maquillaje que lleven las etiquetas mencionadas en la primera parte del ejercicio.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enunciado con preguntas, lápiz • Ordenador o smartphone
Tiempo necesario	30 min
Anexos	Productos de maquillaje ecológicos
Solución de la actividad	Solución: «Productos de maquillaje ecológicos»

Productos de maquillaje ecológicos

Paso 1

Relaciona las etiquetas (nociones) anteriores con sus definiciones:

1. Vegano
 2. Sin maltrato animal
 3. No tóxico
 4. Empaquetado ecológico
 5. Comercio Justo
 6. Sin microplásticos
- A. El producto está hecho de ingredientes seguros; no contiene fragancias sintéticas, ftalatos, parabenos y otros ingredientes que son perjudiciales para el cuerpo humano o para el medio ambiente.
 - B. Las personas que han fabricado el producto o sus ingredientes han recibido una remuneración justa por su trabajo (principalmente se refiere a los países en desarrollo).
 - C. El producto no contiene ningún subproducto animal, incluyendo la miel, la cera de abejas, la lanolina o la glicerina (un producto vegetal o de origen animal que se encuentra comúnmente en el jabón). Sin embargo, todavía podría probarse en animales.
 - D. El producto tiene un envase que se puede reciclar o, en un caso ideal, es biodegradable (total o parcialmente).
 - E. El producto se fabrica sin probarse en animales (pero puede contener algunos subproductos animales).
 - F. El producto no contiene micropartículas de plástico, que podrían terminar en los mares y las reservas de agua y que apenas se descomponen (por ejemplo, polietileno (PE), polipropileno (PP), poliuretano (PUR) y otros).

Paso 2

Nombra al menos una marca de maquillaje que ofrezca productos en tu país bajo las etiquetas mencionadas anteriormente (veganos, sin crueldad, no tóxicos, embalajes ecológicos, comercio justo, libres de microplásticos). Si no puedes nombrarlas, realiza una consulta en Internet.

Solución: «Productos de maquillaje ecológicos»

1. Vegano - **C**
2. Sin crueldad - **E**
3. No tóxico - **A**
4. Empaquetado ecológico - **D**
5. Comercio justo - **B**
6. Sin microplásticos - **F**

- A. El producto está hecho de ingredientes seguros; no contiene fragancias sintéticas, ftalatos, parabenos y otros ingredientes que son perjudiciales para el cuerpo humano o para el medio ambiente.
- B. Las personas que han fabricado el producto o sus ingredientes han recibido una remuneración justa por su trabajo (principalmente se refiere a los países en desarrollo).
- C. El producto no contiene ningún subproducto animal, incluyendo la miel, la cera de abejas, la lanolina o la glicerina (un producto vegetal o de origen animal que se encuentra comúnmente en el jabón). Sin embargo, todavía podría estar probado en animales.
- D. El producto tiene un envase que se puede reciclar o, en un caso ideal, es biodegradable (total o parcialmente).
- E. El producto se fabrica sin probarse en animales (pero puede contener algunos subproductos animales).
- F. El producto no contiene micropartículas de plástico, que podrían terminar en los mares y las reservas de agua y que apenas se descomponen (por ejemplo, polietileno (PE), polipropileno (PP), poliuretano (PUR) y otros).

Título del material o actividad	14. Tarea práctica: «Crear una historia en Instagram»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad tiene como objetivo comprobar y mejorar la capacidad del alumno para utilizar herramientas modernas de TIC, concretamente, la aplicación Instagram.</p> <p>Paso 1: crear una historia en Instagram sobre el tema del maquillaje. Al crear una historia, se deben usar elementos visuales (fotos, vídeos), textos, fuentes, emojis y otros elementos gráficos.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smartphone u ordenador • La aplicación Instagram
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	
Solución de la actividad	Consejos para crear una historia en Instagram

Consejos para crear una historia en Instagram:

1. Estadísticas recientes muestran que alrededor del 60 - 70 % de los usuarios solo ven historias en Instagram, lo que significa que es una herramienta poderosa para llegar a tu audiencia. La clave es publicar historias regularmente para mantenerse al día.
2. Como su nombre indica, el objetivo principal de este formato es contar una historia que suele consistir en una introducción, una culminación y una conclusión. Incluso si no sigues esta estructura, asegúrate de que tu mensaje a la audiencia sea claro.
3. Las historias de Instagram tienen unas dimensiones de 1080 x 1920 píxeles, pero se recomienda mantener los elementos clave del diseño en el centro de 1080 x 1420 píxeles, dejando 250 píxeles en la parte superior e inferior.
4. Tus historias pueden convertirse en una parte de tu identidad de marca. Si tienes un logotipo y colores y fuentes corporativas, puedes incorporarlas en tus historias para que los usuarios las reconozcan a primera vista, incluso si solo se desplazan por sus historias.
5. Con el fin de mantener tu identidad de marca, puedes incluso crear una guía de estilo que contenga fuentes, filtros, estilos GIF, etc. que tu empresa puede utilizar.
6. Una ventaja de las historias de Instagram es que las fotos y vídeos que publicas no tienen que ser de la más alta calidad o creados profesionalmente; puedes tomar una foto o grabar un vídeo corto con tu propio smartphone. Sin embargo, las imágenes deben seguir siendo atractivas. Si estás haciendo una historia sobre el tema del maquillaje, puedes usar las imágenes «antes» y «después» o proporcionar algunos consejos para un maquillaje diario simple pero poderoso. Si no utilizas imágenes o vídeos, puedes crear fondos y superposiciones utilizando las funciones de Instagram.
7. Los mensajes clave de una historia generalmente se refuerzan con el texto: selecciona una fuente que sea legible y atractiva, elige un tamaño y color apropiados (si tienes alguna fuente corporativa, puedes usar esa o similares).
8. Añade pegatinas, emojis y GIF para que tus historias sean más diversas y atractivas.
9. Utiliza preguntas y encuestas para aumentar la participación de los usuarios.
10. Ahora hay muchas aplicaciones y programas que pueden ayudarte a crear una historia, desarrollar un emoji personalizado, elegir una fuente, etc.; haz una búsqueda y encuentra los que más te gusten. Una de las opciones es utilizar la [plataforma Canva](#) que tiene muchas opciones gratuitas.

Título del material o actividad	15. Tarea práctica: «Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	Esta actividad tiene como objetivo comprobar y mejorar la capacidad del alumno para asesorar a un cliente sobre el maquillaje para pieles sensibles. Paso 1: enumerar los consejos relacionados con los productos utilizados, las técnicas utilizadas y el área de los ojos.
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Notas en papel
Tiempo necesario	45 min más 15 min para la presentación
Anexos	
Solución de la actividad	Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles

Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles

Consejos para aplicar maquillaje en pieles sensibles:

- Los conservantes, como los parabenos, a menudo desencadenan reacciones de sensibilidad. Así que, si es posible, buscar productos sin parabenos. Otros conservantes idénticos a los de la naturaleza también tienen un potencial alergénico mucho menor, por ejemplo, cuando las sustancias que se producen en la naturaleza, como el ácido benzoico, el ácido salicílico y el ácido sórbico y sus sales se reproducen sintéticamente, son mucho más inofensivas. Deben evitarse las fragancias, las siliconas, las ceras y aceites de parafina, los sulfatos, el polietilenglicol, los ftalatos y la urea, así como la diazonilindil urea.
- Asegurarse de utilizar una base especialmente hidratante, con ingredientes calmantes (aloe vera, rosa y manzanilla, aceite de jojoba o agua termal).
- Es mejor usar bases compactas que texturas líquidas. Debido a que los productos compactos contienen menos agua que los productos líquidos, son menos susceptibles a las bacterias y gérmenes.
- Prestar atención a la fecha de caducidad, especialmente después de la apertura.
- Usar polvos minerales, que consisten principalmente en pigmentos minerales (por ejemplo, de piedra volcánica o arcilla).
- Área de los ojos: alrededor de los ojos se recomienda trabajar con texturas en crema en lugar de polvo. Usar sombras de ojos cremosas y evitar que las partículas finas de polvo entren en los ojos.
- Es mejor elegir los tonos mate, ya que el óxido de hierro o el óxido de cromo verde se utilizan a menudo como agentes colorantes en las sombras de ojos metálicas brillantes.
- También evitar aplicar kajal en el párpado interno, es decir, en la línea de flotación. La piel es particularmente sensible en este punto del ojo debido a su proximidad al globo ocular.
- Tener cuidado al elegir la máscara de pestañas y comprobar si se han utilizado pigmentos como el zinc o el óxido de titanio para lograr un color negro más intenso o una cobertura adicional.
- Aplicar la base de forma correcta: utilizar preferiblemente esponjas sintéticas, sin látex.
- Como alternativa, dar toques suaves para aplicar el maquillaje con los dedos limpios.
- Si te gusta trabajar con pinceles de maquillaje, tienes que limpiarlos a diario.
- Antes de usar un nuevo maquillaje en la cara, pruébalo primero durante tres días consecutivos en la parte interna del brazo.



MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL [TRATAMIENTO DE BELLEZA]



1.5		MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL [TRATAMIENTO DE BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje se corresponden con MEC			MEC 4
Resultado del aprendizaje: El/ella es capaz de aplicar maquillaje permanente y temporal.			Indicadores demostrativos
Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía	
Él/ella es capaz de	Él/ella es capaz de	Él/ella demuestra su capacidad de	Basado en situaciones reales de trabajo
<ul style="list-style-type: none"> Listar diferentes técnicas de maquillaje permanente y temporal. Recordar los métodos para la extensión y el lifting de pestañas. Listar las sustancias biológicas para el maquillaje temporal. Identificar los efectos secundarios de las extensiones de pestañas (el pegamento utilizado puede provocar reacciones alérgicas, infecciones oculares). Distinguir los tipos de tratamientos para diversos tipos de clientes, incl. mujeres embarazadas, personas mayores, 	<ul style="list-style-type: none"> Seleccionar las técnicas adecuadas, incluidas las indicaciones y contraindicaciones del maquillaje permanente. Considerar las tendencias de la moda al aplicar pestañas postizas. 	<ul style="list-style-type: none"> Prestar servicios de maquillaje permanente o temporal, identificar los gustos del cliente y comunicarse con él sobre el procedimiento de maquillaje, la combinación de colores y los productos utilizados. Aplicar pestañas postizas de acuerdo con las necesidades y deseos del cliente. Evaluar los efectos del tratamiento y hacer correcciones y/o cambios si es necesario. Determinar la duración del tratamiento, la secuencia, los costes y el cálculo del precio, informando al 	<ul style="list-style-type: none"> Él/ella transmite información a los clientes sobre las diferentes opciones de maquillaje permanente y las tendencias en extensiones de pestañas a través de una página web. Él/ella dirige la entrevista previa al tratamiento realizando una prueba de visagismo, justificando el diseño de las correcciones al cliente, seleccionando el color según la zona a tratar (ojos, cejas, labios) y los gustos y deseos del cliente. Él/ella gestiona la documentación del consentimiento informado y el expediente del cliente en la primera entrevista.

<p>pacientes con cáncer, personas con intolerancias, etc.</p>		<p>cliente por adelantado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Él/ella explica al cliente las medidas generales y específicas de higiene y prevención que se pueden utilizar contra cualquier pandemia (por ejemplo: Covid-19, otras) en los servicios de micropigmentación y extensiones de pestañas. • Él/ella propone y aplica al cliente cambios de densidad, forma y color en cejas y pestañas, aplicando técnicas de tintado / henna y laminado de cejas, y levantamiento o rizado de pestañas. • Él/ella explica al cliente los diferentes diseños de extensiones de pestañas que se pueden aplicar y selecciona el más adecuado para su fisonomía y tipo de ojo. • Él/ella asesora al cliente sobre los tratamientos posteriores a la micropigmentación y a las extensiones de pestañas.
---	--	--------------------------------	--

			<ul style="list-style-type: none"> • Él/ella realiza una encuesta de satisfacción del cliente considerando los parámetros que definen la calidad del servicio.
Instrumentos de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Estudio de casos • Test 		

1.5 Maquillaje Permanente Y Temporal [Tratamiento De Belleza]

List of materials / activities

1. Tarea práctica "Creación de una página web informativa"
2. Tarea práctica "Diseño de cejas para micropigmentación/ microblading"
3. Tarea práctica "Gestión de la documentación: consentimiento informado y ficha del cliente en la primera entrevista"
4. Ejercicio escrito "Indicaciones y contraindicaciones antes y después del tratamiento"
5. Estudio de caso "Medidas en la micropigmentación en una situación de pandemia"
6. Análisis de vídeo "Extensiones de pestañas para diferentes formas de ojos"
7. Estudio de caso "Asesoramiento sobre los tratamientos de seguimiento tras la aplicación de extensiones de pestañas"
8. Tarea práctica "Creación de una encuesta de satisfacción"

Objetivo de la unidad

Al finalizar esta unidad , serás capaz de informar sobre la aplicación de las diferentes técnicas de micropigmentación según las necesidades del cliente, aplicar cambios de color, forma y grosor de cejas y pestañas, considerando la seguridad e higiene en el trabajo y la calidad proporcionada en el servicio, siendo respetuoso con el medio ambiente.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Gestión y procesos de apoyo
- Gestión del tiempo
- Conocimientos de las TIC
- Idiomas extranjeros
- Habilidades ecológicas

Conocimientos de higiene y seguridad adquiridos

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Aparatos y herramientas del sector del bienestar
- Desinfección de equipamiento y material, esterilización, etc.

Tipología de materiales/recursos

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> estudio de casos <input type="checkbox"/> seguimiento del trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|--|---|

Título del material/actividad	1. Tarea práctica "Creación de una página web informativa"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>Esta actividad consiste en la creación de una página web para informar a la clientela sobre los servicios del salón de belleza, presentando a las personas que trabajan en el mismo dónde se encuentra el centro, los servicios que ofrece y más información sobre las ventajas para los clientes potenciales. El objetivo es mejorar las habilidades TIC de los alumnos, contribuir a sus habilidades ecológicas (por ejemplo, reducir el uso de papel) y promover las herramientas digitales.</p> <p>Para realizar la tarea, el alumno utilizará un videotutorial que se puede ver en diferentes idiomas para mejorar las competencias en lenguas extranjeras:</p> <p>Paso 1: Visualización de los tutoriales de Google.</p> <p>Acceder Interfaz Insertar elementos Crear páginas y subpáginas Cambiar el diseño Compartir y publicar</p> <p>Cómo utilizar Google Sites 2020 - Tutorial para principiantes Tutorial in English by Teacher's Tech</p> <p>Paso 2: Seguir los pasos descritos en los tutoriales y crear una página web que incluya la siguiente información: un logotipo o imagen que identifique al centro; un mapa de localización con direcciones, teléfono de contacto, correo electrónico, horario de apertura; tratamientos ofrecidos; fotos y/o vídeos que acompañen a las diferentes secciones: micropigmentación, microblading o extensiones de pestañas, lifting y tinte de pestañas, tinte y laminado de cejas. Tener en cuenta a los clientes con necesidades especiales (post cirugía oncológica, por ejemplo) y el uso de pigmentos ecológicos y naturales (véase el folleto "Micropigmentación").</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipo miento/ herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PC o tableta ● Conexión a Internet ● Cuenta de Google ● Aplicación "sitios" de Google
Tiempo necesario	<p>1ª fase: visualización de la muestra 30 min 2ª fase: desarrollo de la página web entre 2 y 4 horas</p>
Anexos	<p>Maquillaje permanente y temporal Véase el sitio propuesto como ejemplo: https://sites.google.com/cifplasindias.es/skills-for-wellness-en/home</p>
Solución de la actividad	

MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL

1. MICROPIGMENTACIÓN EN PACIENTES CON CÁNCER

La pérdida de cabello es uno de los mayores impactos que generan los tratamientos contra el cáncer, afectando también a las cejas y pestañas. Aunque en la mayoría de los casos el pelo vuelve a crecer después de un tiempo, el cambio físico causado por la pérdida de cabello afecta negativamente a la autoestima de los pacientes. La micropigmentación en pacientes con cáncer es una de las soluciones que aporta el mundo de la estética para este problema y, además, se puede aplicar en casos de reconstrucción mamaria para disimular las cicatrices y reconstruir el pezón.

¿Qué es la micropigmentación?

Es una técnica, conocida como maquillaje semipermanente, cuyo objetivo es corregir, embellecer o equilibrar determinados rasgos de una persona. Para ello, se introducen en la piel una serie de pigmentos que dan color y forma a determinadas partes del cuerpo, como los labios, las cejas o el contorno de los ojos. Del mismo modo, se utiliza para disimular cicatrices y reducir el impacto de la alopecia en quienes la padecen.

Los pigmentos utilizados en la micropigmentación serán eliminados progresivamente por el sistema inmunitario a lo largo del tiempo, por lo que el efecto durará entre 2 y 5 años. Dado que la pérdida de cabello es reversible en los tratamientos de quimioterapia, esta técnica es, por tanto, ideal para ese periodo en el que duran los efectos secundarios. En cualquier caso, siempre es posible retocar la zona si es necesario.

¿Qué aporta la micropigmentación a los pacientes con cáncer?

La micropigmentación puede ayudar a los pacientes con cáncer a disimular la pérdida de pelo en las cejas y las pestañas y, al mismo tiempo, puede utilizarse para camuflar las cicatrices y dibujar la areola después de una reconstrucción mamaria.

Micropigmentación de cejas y pestañas

Las cejas y las pestañas son uno de los rasgos más importantes del rostro de una persona, en cuanto nos dan expresividad e influyen en la intensidad de la mirada. Gracias a la micropigmentación, es posible recuperar esa expresividad mientras dura el tratamiento contra el cáncer sin tener que preocuparse de maquillar la zona a diario.

Es aconsejable realizar la micropigmentación antes de someterse a un tratamiento oncológico, en cuanto está contraindicada mientras dure dicho tratamiento y de esta forma, también evitamos que el cambio de imagen sea tan brusco. Los pigmentos se introducirán detrás de los pelos de las cejas para que no se produzca un efecto de doble ceja cuando vuelvan a crecer. Algo similar ocurre con las pestañas. En este caso, se crea un sombreado alrededor de los ojos mediante pequeños puntos para conseguir un efecto lo más natural posible.

Micropigmentación después de la reconstrucción mamaria.

El procedimiento es como el de los tatuajes de pezones que ya se han empezado a realizar en la sanidad pública, aunque en el caso de la micropigmentación el efecto no es permanente. La pigmentación de la areola se realiza una vez finalizada la cirugía reconstructiva y tras haber seleccionado el color, que será lo más parecido posible al que tenía la paciente antes. Los resultados que se obtienen suelen ser muy naturales, algo que sin duda contribuye a que los pacientes se sientan de nuevo cómodos con su cuerpo.

Antes de someterse a un tratamiento de micropigmentación, los pacientes deben asegurarse de que están en manos de profesionales debidamente formados y de un centro que cuente con todas las garantías sanitarias. También es importante cuidar el cabello durante el tratamiento oncológico para

retrasar al máximo su pérdida y garantizar que vuelva a crecer fuerte y sano una vez finalizado todo el proceso.

Tatuaje de la areola

Una vez superado el cáncer de pecho, uno de los aspectos más importantes para la plena recuperación de la paciente es tener el mismo aspecto que antes del cáncer. En otras palabras, para que una mujer pueda dejar atrás el cáncer de forma permanente, es necesario que recupere su propia identidad y su bienestar psicológico.

Para conseguirlo, los cirujanos plásticos han venido realizando diferentes técnicas para reconstruir la mama. Sin embargo, no ha sido hasta hace relativamente poco tiempo que la sanidad pública ha incorporado los tatuajes de pezón para completar la reconstrucción y conseguir así una recuperación lo más real posible.

El tatuaje permanente consiste en una areola-pezón con una apariencia muy real. Un porcentaje muy alto de mujeres están satisfechas con este proceso. Una de las opciones preferidas para el tatuaje del pezón es elegir un tono de color en la propia areola y otro más oscuro en los pezones, en cuanto éstos suelen tener un tono más oscuro.

Posteriormente, se realiza una especie de sombra gris en la parte inferior para resaltar la zona superior y darle un poco de profundidad. Esto se hace mediante una técnica que produce una ilusión óptica y hace que el tatuaje parezca tridimensional.

Gracias a esta técnica, estos pacientes pueden recuperar un aspecto natural y volver a ver su cuerpo como lo hacían antes de sufrir la enfermedad.

¿Qué tipos de micropigmentación se pueden realizar?

Micropigmentación paramédica y oncológica:

- Pigmentación de areolas en mujeres mastectomizadas
- Corrección de cicatrices
- Pigmentación de cejas en mujeres que reciben quimioterapia
- Corrección del vitíligo (tratando de igualar el color de la piel)
- Eliminación de manchas en la piel

Micropigmentación para la corrección estética:

- Alopecia en las cejas
- Ausencia de perfil de labios
- Poblar la zona de las pestañas
- Oscurecimiento del ombligo
- O simplemente, ponerse un lunar

2. ¿QUÉ ES EL MICROBLADING?

El microblading es una técnica de maquillaje semipermanente que se utiliza para corregir o reconstruir completamente las cejas, realizando pelos de forma artística, creando un efecto hiperrealista y natural. El microblading permite rellenar, dar forma, espesar y oscurecer las cejas. La técnica consiste en realizar pequeños cortes muy superficiales en los que se aplica el pigmento, para hacer las líneas de pelo. Dibuja con precisión cada pelo de forma independiente, consiguiendo un efecto visual "pelo a pelo".

En el siguiente vídeo de YouTube se puede encontrar más información:

[Beginner Microblading Hair Stroke Pattern using Skeleton Technique \(Spine 6\)](#)

HOW TO DO OMBRE BROWS - STEP BY STEP (SPANISH SUBTITLES)

Diferencia entre microblading y micropigmentación

El microblading se diferencia de la micropigmentación sobre todo en la duración, así como en el efecto que se consigue. El microblading es una técnica más superficial y, por tanto, menos duradera que la micropigmentación. Con el microblading, es posible dibujar con precisión cada pelo de forma independiente, consiguiendo un efecto visual "pelo a pelo". La micropigmentación consigue dar un color homogéneo a una zona concreta y tiene menos definición.

¿Cuánto dura el microblading?

La duración del microblading está en torno a los 9-12 meses, siempre que se realice una sesión de repaso en el mes siguiente a la sesión inicial y dependiendo del tipo de piel y de los cuidados posteriores.

¿Es doloroso el microblading?

El microblading es menos doloroso que la micropigmentación y los resultados son más naturales. Aun así, el microblading puede ser un poco molesto y doloroso, dependiendo del umbral de dolor de cada persona. Para reducir el dolor, se utiliza una pomada anestésica.

¿Cuántas sesiones de microblading son necesarias?

Son necesarias dos sesiones de microblading, que duran aproximadamente 45-60 minutos cada una. En la primera sesión se realiza una prueba para descartar alergias a los pigmentos utilizados. Se realiza una simulación con un lápiz para ver qué forma de las cejas se adapta mejor al rostro y se realiza la técnica.

Al cabo de un mes, se debe realizar una segunda sesión de retoque para completar las zonas que hayan podido quedar sin pigmento o en las que se haya perdido el color. Es imprescindible acudir a esta segunda cita para poder garantizar los resultados.

Al cabo de 9-12 meses, se debe realizar una revisión para mantener el efecto, en cuanto, con el tiempo, el color pierde intensidad, porque el microblading es un tratamiento temporal, no definitivo.

¿Se puede cambiar el color del microblading?

Al igual que en la micropigmentación, el microblading utiliza pigmentos formados por moléculas minerales e inorgánicas de bajo peso molecular, que cambian con el color de la piel. El color tarda entre 3 y 4 semanas en estabilizarse, siendo los primeros días más intenso y oscuro.

Técnica mixta micropigmentación-microblading

A veces es posible mezclar ambas técnicas, la micropigmentación y el microblading. En los casos de personas que quieren un efecto más duradero, sobre el microblading, se utiliza la micropigmentación pelo a pelo, o en personas que se han sometido a la micropigmentación pelo a pelo, se utiliza el microblading para marcar el pelo de forma más natural, o para rellenar los espacios vacíos.

Tratamientos posteriores al microblading

No te rasques la costra y evita las saunas y piscinas durante los 3 primeros días.

Mantener la piel muy hidratada.

Evite la exposición directa al sol durante los primeros 15 días. Utilice protección solar.

Utilice un jabón neutro y aplique una crema cicatrizante.

Con el tiempo, el color puede desaparecer o volverse rojizo, dependiendo del fototipo de la piel, la exposición al sol y los factores ambientales. Se recomienda la revisión anual para tener el color en óptimas condiciones.

¿Puedo hacerme el microblading si voy a someterme a quimioterapia?

Sí, así no perderás la forma y densidad de la ceja, aunque la duración es menor que la micropigmentación. Es muy importante acudir a un centro debidamente acreditado donde se

garantice que el pigmento está debidamente homologado y que el especialista que realiza la técnica tiene la formación adecuada.

Contraindicaciones del microblading

Totalmente contraindicado en el embarazo.

Contraindicado en pieles con psoriasis.

¿Cuánto cuesta el microblading?

El precio del tratamiento es de unos 230 euros. Esto incluye la sesión inicial y la sesión de retoque un mes después de la sesión inicial. La sesión de retoque a los 9-12 meses, 130 euros.

3. LIFTING DE PESTAÑAS Y TINTE

El lifting y tinte de pestañas es una de las formas más sencillas, fáciles y baratas de realizar las pestañas. También conocido como permanente de pestañas, un lifting de pestañas dará forma a tus ojos sin necesidad de extensiones falsas. Después de rizar las pestañas, la mayoría de las mujeres se hacen también un tinte para conseguir unas pestañas más oscuras, con más volumen y más largas. El tratamiento de levantamiento de pestañas y tinte implica dos procesos distintos, ambos diseñados para conseguir unas pestañas bonitas y onduladas durante semanas. El lifting de pestañas imita el efecto de un rizador de pestañas. Hace que las pestañas se doblen hacia arriba, dejándolas más largas y los ojos más abiertos y brillantes. Por su parte, el tinte de pestañas es similar al tinte de cejas, o a la aplicación de varias capas de máscara de pestañas. Resulta especialmente llamativo en aquellas personas con pestañas naturalmente rubias o rojas. Los resultados del lifting y el tinte de pestañas duran entre seis y ocho semanas.

Lifting de pestañas vs. Extensiones de pestañas

Un lifting de pestañas requiere mucho menos mantenimiento y dura varias semanas más, y el tratamiento en sí es más rápido y barato. Las extensiones también pueden hacer que sus pestañas naturales sean más frágiles, mientras que un lifting no tiene efectos adversos. El lifting de pestañas no daña las pestañas si se realiza correctamente.

Instrucciones detalladas: levantar y teñir las pestañas

1. Limpie las pestañas del cliente: Las pestañas deben estar lo más limpias posible para los tratamientos de lifting de pestañas. Las clientas deben lavar sus pestañas inmediatamente antes del tratamiento o la profesional de pestañas debe hacerlo ella misma. Cuando las pestañas están sucias, es más difícil que las lociones penetren y el resultado es un levantamiento desigual o que algunas pestañas no se levanten en absoluto.
2. Utiliza una base para preparar las pestañas para el tratamiento, en cuanto hace que la estructura de las pestañas sea súper suave para que sea más fácil tirar de ellas hacia el escudo de silicona. Además, la base abre las cutículas de las pestañas para permitir que las lociones penetren más profundamente en las pestañas para conseguir un efecto máximo.
3. Las pestañas inferiores del cliente se cubren con almohadillas o cintas oculares (o ambas, la cinta que cubre la almohadilla ocular) para aislarlas de las pestañas superiores y evitar que se peguen.
4. Aplicar siliconas/varillas. Existen muchos tipos diferentes de escudos de silicona y varillas para levantar las pestañas disponibles en el mercado. La mayor diferencia entre los escudos y las varillas es que las varillas son más redondas (por lo que es más fácil crear un bonito efecto redondo con ellas), pero las puntas de las pestañas suelen ser más largas que la altura de la varilla, por lo que es casi imposible matizarlas en la varilla sin que quede tinte en los párpados.
5. Peinar las pestañas sobre el protector de silicona y aislarlas. Peina siempre las pestañas hacia arriba en la esquina interior. En la esquina exterior puedes peinarlas directamente hacia arriba o

- ligeramente hacia fuera (sólo si tu clienta tiene las pestañas muy largas, en cuanto esto reduce el efecto del lifting) para conseguir un efecto de ojo de gato. Sujeta el protector de silicona con los dedos mientras peinas, esto evita el exceso de movimiento del protector y facilita el proceso.
6. Aplica la loción rizadora/alzadora/permutadora. El propósito de la loción rizadora es romper los enlaces de di-sulfuro en la queratina de las pestañas para permitir que se les dé forma. Empieza siempre a aplicar la loción rizadora desde la esquina exterior del ojo, en cuanto las pestañas de la esquina exterior son siempre más gruesas y fuertes que las de la esquina interior, por lo que necesitan más tiempo de procesamiento para levantarse tanto como las de la esquina interior.
 7. Aplique la loción fijadora para neutralizar el nivel de pH de las pestañas después de la loción rizadora y fijar el nuevo rizo restaurando los enlaces de di-sulfuro. Empieza siempre a aplicar la loción fijadora desde las pestañas de la esquina interior, neutralizando el efecto de la loción rizadora allí primero. Aplique la loción fijadora a lo largo de las pestañas para neutralizar el efecto de la loción rizadora. Recuerda que las pestañas de las esquinas interiores son siempre más finas y débiles que las de las esquinas exteriores, por lo que necesitan menos tiempo de tratamiento.
 8. Tiñe las pestañas. Después de retirar la loción fijadora, tiñe las pestañas con un tinte químico. El tinte suele ser la parte más irritante del tratamiento para el cliente. Si el cliente tiene los ojos sensibles, manténgase a 1 mm de distancia de la piel para evitar el lagrimeo. Asegúrese siempre de que el tinte no entre en los ojos. Si su cliente siente alguna irritación durante esa etapa, la razón es siempre que el tinte entre en la línea húmeda o en los ojos, así que en caso de que eso ocurra, compruebe primero esos puntos. La mayoría de la gente siente el tinte tan pronto como llega a la línea húmeda, así que retírelo tan pronto como lo sienta para evitar que entre en los ojos. Lo mejor es quitarlo con un bastoncillo de algodón húmedo. Después de la fase de tintado, las cutículas de las pestañas siguen estando levantadas para que el tinte entre en las pestañas con más facilidad. Esto significa que puedes reducir los tiempos del tintado en comparación con el tintado sin elevación.
 9. Aplique un producto nutritivo para devolver la hidratación a las pestañas y añadir agentes nutritivos. Si algunas pestañas no se han despegado del protector de silicona después de utilizar un producto nutritivo, mantén el protector en su sitio con una mano y sujeta un cepillo de microfibra en la otra. Moja bien el cepillo de microfibra con una espuma y muévelo hacia la izquierda y la derecha sobre el escudo, ejerciendo una suave presión. Esto aflojará las últimas pestañas del escudo. Si aún quedan pestañas pegadas al escudo, también puedes utilizar una herramienta para levantar pestañas: empújala entre el escudo y las pestañas y levanta la mano con cuidado, dejando que la herramienta limpie el pegamento entre la pestaña y el escudo.
 10. Retire los escudos de silicona. Comprueba que ninguna de las pestañas de la clienta se queda pegada al escudo, para evitar que la clienta se sienta incómoda al retirar el escudo. Humedezca un bastoncillo o un lápiz con espuma para pestañas de alta calidad y páselo suavemente entre la piel y la silicona mientras mantiene la piel tensa y tira del escudo en dirección paralela al párpado. Poner las siliconas usadas en agua jabonosa inmediatamente después de retirarlas para evitar que se oscurezcan por el tinte.
 11. Terminar el tratamiento. Las pestañas NO deben parecer apelmazadas o sucias por los residuos de la loción después del tratamiento. Es fundamental eliminar todos los residuos y separar las pestañas.

Puede encontrar información complementaria en el siguiente vídeo de YouTube:

[Lifted. by LashBase - Lash Lifting](#)

¿Cómo mantener un lifting de pestañas?

Las primeras 48 horas después de un lifting de pestañas son las más cruciales para mantener los resultados, y se requiere que el cliente evite el agua (y la máscara de pestañas), el ejercicio intenso (o cualquier cosa que le haga sudar mucho), o ducharse, al menos de cualquier forma que exponga las pestañas al agua. Después de 48 horas, se recomienda cepillar las pestañas por la mañana y por la noche antes de aplicar un suero para pestañas.

¿Cuánto dura el lifting de pestañas y el tinte?

Un lifting de pestañas puede durar fácilmente entre 8 y 12 semanas, dependiendo de lo bien que el cliente cuide las nuevas pestañas y de la duración del ciclo de crecimiento de las mismas. Un lifting de pestañas y tinte suele durar entre 4 y 6 semanas. La duración de los resultados dependerá de la rapidez con la que crezcan las pestañas y de lo bien que el cliente se cuide los ojos.

4. PRODUCTOS ORGÁNICOS Y NATURALES PARA EL MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL

Existe una tendencia actual que busca pigmentos y productos más naturales para ser utilizados en el proceso de maquillaje permanente y temporal. Varias marcas de cosméticos están buscando emulsionantes e ingredientes más naturales y respetuosos con el medio ambiente para sus productos. Los beneficios de los productos de belleza "verdes" van más allá de las tendencias: cada vez se realizan más estudios que demuestran la toxicidad de los cosméticos convencionales, y el mercado de la cosmética natural sigue creciendo de forma rápida y constante.

Organic Lash Lift se centra en ingredientes de alta calidad, no tóxicos y libres de formaldehído y parabenos. Es un tratamiento que puede proporcionar a las pestañas una elevación suave, separar las pestañas y añadirles definición, sin utilizar ninguno de los productos químicos dañinos. Se trata simplemente de un proceso que endereza las pestañas naturales en un rizo definido y matiza su base para dar un aspecto de pestañas más largas y gruesas. No se presentan grumos, ni adhesivos, ni soluciones engorrosas.

Otra marca de cosmética verde es Kalentin, que ha desarrollado "Vegan Lash Lift", una alternativa a las extensiones de pestañas, pero también para que los salones de belleza tengan un tratamiento de pestañas vegano que ofrecer a sus clientes. La gama de lifting de pestañas vegano ha sido sometida a rigurosas pruebas para garantizar que cumple con los estrictos valores veganos. La gama también está libre de crueldad y se utilizan alternativas respetuosas con los animales. También tienen una colección de tintes veganos. Estos tintes no contienen cera de abeja, tienen colores súper pigmentados y una textura mantecosa.

El sistema de maquillaje permanente orgánico (OPM) ha sido creado por Lorine Mikheail. Ella descubrió una técnica mediante la aplicación de tintas orgánicas naturales muy pigmentadas que se colocan en el tejido superficial de la piel. Estos pigmentos no cambian de color y se curan de forma natural según el subtono de la piel. Con sólo 10 colores para elegir - 5 para las cejas, 2 para los delineadores y 3 para los labios, es una selección sencilla para diferentes tipos de piel y etnias. Estos productos utilizan únicamente ingredientes orgánicos que están garantizados como seguros, ecológicos y no tóxicos. OPM cuenta con una increíble tecnología de vanguardia y pigmentos orgánicos para el maquillaje permanente que no se desvanecen, no causan hematomas ni sangrados, no son propensos a la decoloración ni parecen falsos.

Título del material/actividad	2. Tarea práctica "Diseño de cejas para micropigmentación/ microblading"
<p>Presentación / Descripción de las fases de la actividad</p>	<p>La actividad consiste en asesorar y realizar una prueba de visagismo a un cliente que quiere hacerse una micropigmentación de cejas. Para ello, el alumno debe asesorar y diseñar la forma de las cejas que mejor se adapte a la armonía del rostro del cliente.</p> <p>La prueba de visagismo es esencial antes de realizar la micropigmentación y el cliente debe dar el consentimiento expreso para estar de acuerdo con ella antes de empezar a micropigmentar la zona.</p> <p>El alumno mejorará su capacidad de comunicación, tanto en su lengua materna como en la extranjera.</p> <p>Esta actividad se desarrollará en tres fases:</p> <p>Fase 1: Creación de un diseño siguiendo los pasos indicados en el folleto "Estudio de visagismo: micropigmentación y microblading". Si no es posible hacerlo sobre un modelo real, se puede hacer sobre una plantilla de papel o sobre una fotografía del cliente a tamaño real. En el caso de utilizar una fotografía, ésta debe ser tomada con la persona totalmente de frente, con el pelo retirado de la cara y sin maquillaje.</p> <p>En un modelo real, es importante tomar una foto antes y después del diseño para mostrar el cambio.</p> <p>Recuerde que debe mantener siempre las medidas de seguridad e higiene cuando trabaje con modelos reales.</p>
<p>Tipología de la actividad</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta</p>
<p>Recursos necesarios/equipo/ herramientas</p>	<p>Materiales necesarios:</p> <p>En un cliente real:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un tocador con espejo, una mesa auxiliar, una silla de maquillaje, un anillo de luz o una buena iluminación y una cámara para mostrar el antes y el después del diseño. • Bastoncillos de algodón, almohadillas de algodón, pañuelos de papel y desmaquillante no graso para limpiar la zona y el exceso de lápiz, y una papelera con tapa que funcione con pedal • Lápices de cejas con una gama variada de colores marrones y también algunos blancos para hacer el diseño • Un calibre, una regla o un compás, destinados al diseño de cejas, para comprobar las medidas del diseño <p>En un diseño en papel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta y una impresora para imprimir la fotografía o una plantilla en papel. Podría ser útil un programa de diseño en 3D • Un lápiz, una goma de borrar, un sacapuntas, una regla, un rotulador de punta fina y una mesa con una silla para dibujar
<p>Tiempo necesario</p>	<p>1ª fase: Preparación del material y de la zona de trabajo: 15 min</p> <p>2ª fase: Realización y desarrollo del diseño de la ceja (ya sea en papel, o con un cliente, incluyendo la foto inicial): 30-40 min</p> <p>3ª fase: Presentación de los resultados incluyendo la foto final: 10 min</p>

Anexos	Estudio de visagismo: micropigmentación y microblading
Solución de la actividad	

ESTUDIO DE VISAGISMO: MICROPIGMENTACIÓN Y MICROBLADING

CEJAS

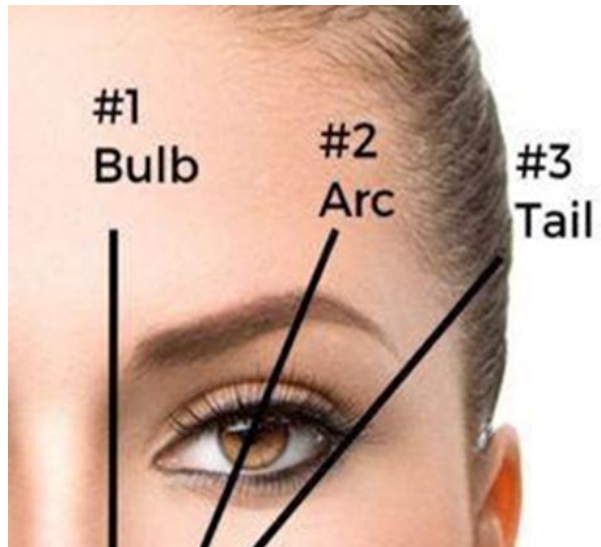
Las cejas juegan un papel muy importante en el estudio y visagismo del rostro. Es uno de los elementos con mayor influencia en la expresión, que da fuerza y armonía a la mirada. El estudio de las cejas se realiza para aportar mayor equilibrio y atractivo a través de las correcciones que se pueden aplicar con el diseño y la depilación.

ESTUDIO DE LAS CEJAS

Considerando el patrón de proporcionalidad en el visagismo, el modelo de ceja "ideal" se coloca en el rostro considerando los siguientes parámetros: La ceja se divide en tres partes anatómicas:

- #1. Nacimiento o cabeza: tiene un grosor de entre 5 y 8 mm.
- #2. Punto de altura o arco de la ceja: con un grosor de 3 a 5mm.
- #3. Cola o extremo: debe tener un grosor de entre 1 y 2 mm.

El espacio entre el punto # 1 y # 2 forma el cuerpo de la ceja y mide $\frac{2}{3}$ del total de la ceja. Su grosor disminuye gradualmente en sentido ascendente entre los puntos 1 y 2 y en sentido descendente entre los puntos 2 y 3 para formar la cola.

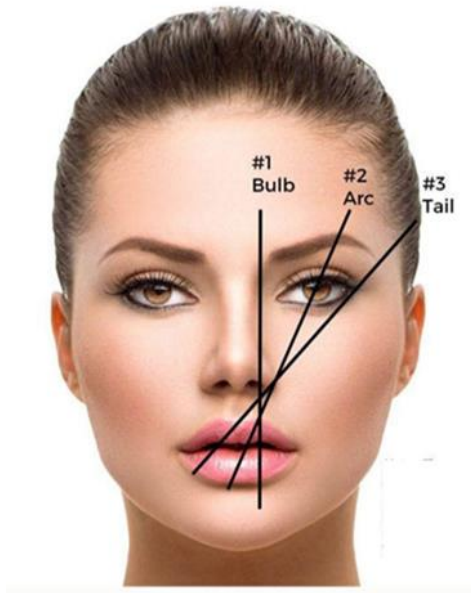


LONGITUD

El inicio de la ceja (nº 1) se determina trazando una línea vertical desde el ala de la nariz y pasando por el ángulo interno del ojo.

El final de la ceja (nº 3) se determina dibujando una diagonal que parte del centro del arco de cupido del labio superior y pasa por el exterior de la fosa nasal y por el ángulo externo del ojo.

PUNTO DE ALTURA

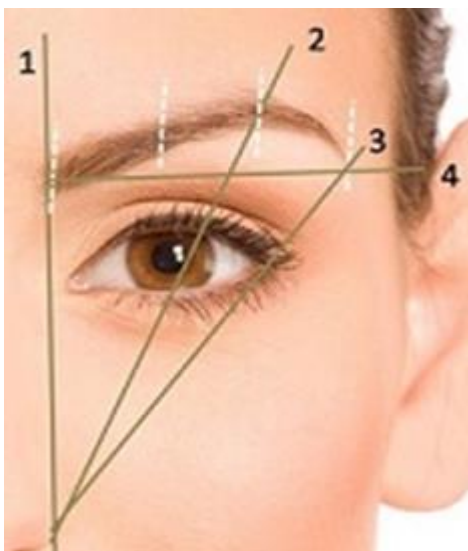


El punto de altura (nº 2) se determina trazando una línea diagonal que parte del ala de la nariz y pasa por el centro del iris.



DISTANCIA AL OJO

La distancia entre las cejas y los ojos debe ser aproximadamente del tamaño del iris.



<https://www.mixprofessional.com/wp-content/uploads/2019/03/dise%C3%B1o-cejas-microblading.jpg>

¿Cuáles son los diferentes tipos de estilos de cejas?

Los estilos de cejas suelen variar en función de dos factores diferentes: la colocación del arco o la curva y el grosor de la ceja.

Los diferentes tipos de ceja incluyen las cejas rectas, arqueadas, curvas y con ángulo marcado, y cada uno es adecuado para tipos y rasgos faciales específicos. El grosor de la ceja depende de las preferencias del usuario, aunque las cejas más gruesas suelen considerarse más naturales. Con el tiempo se han popularizado diferentes estilos, desde cejas finas y dramáticas hasta cejas de forma más natural.

Las cejas son una parte importante del aspecto facial.

La forma de las cejas no suele ser permanente, en cuanto cada persona puede elegir los estilos de cejas que más complementen su rostro y sus ojos. En muchos casos, la gente puede hacer lo posible por elegir un estilo de cejas que equilibre lo que le queda bien a la persona con el look que está de moda en ese momento.

Las personas con ojos muy marcados o rostros estrechos pueden encontrar los estilos de cejas rectas más favorecedores. Este estilo es el que contiene menos curvas de todos los tipos de cejas. Las cejas rectas ayudan a que la cara parezca más corta y ancha, ensanchando la frente. Este estilo también desvía la atención del espacio entre los ojos anchos.

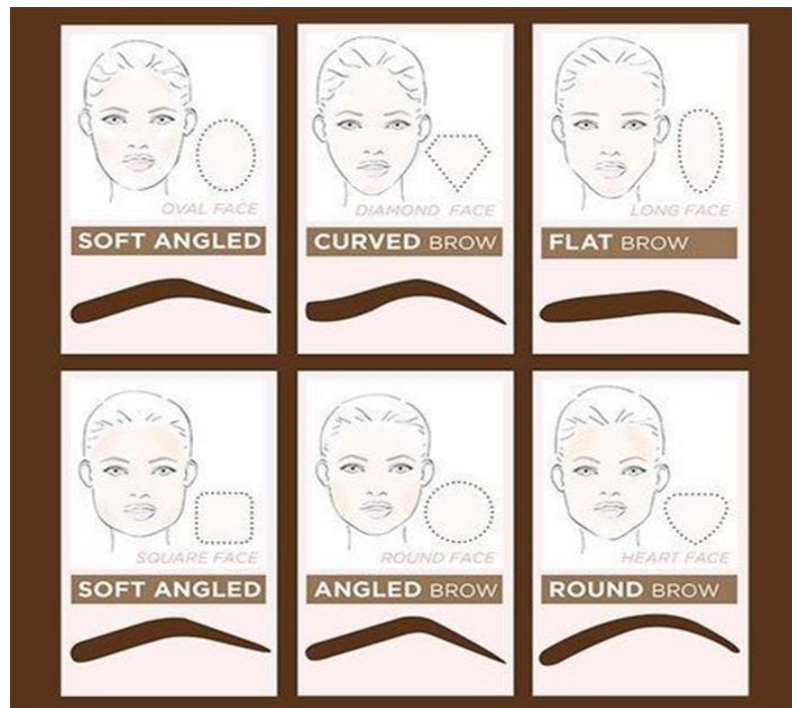
Las cejas arqueadas suelen quedar bien en personas con cejas más gruesas, aunque este grosor puede variar, según las preferencias de la persona. Este estilo suele ayudar a que los ojos parezcan más anchos y despiertos. También es un buen look para las personas con la punta de la nariz redondeada o que tienen la cara redonda, en cuanto ayuda a crear la ilusión de longitud.

Empezando por el ángulo interno del ojo, la ceja se curva en ángulo. El punto más alto del arco suele estar a unos dos tercios de la longitud de la ceja, que suele estar justo por encima del borde exterior del iris. Para

las personas con una frente ancha, se recomienda colocar el arco a la mitad de la longitud de la frente.

Las cejas curvas suelen ser las más adecuadas para quienes tienen rasgos afilados y angulosos o un rostro con forma de corazón. La forma de las cejas curvas ayuda a suavizar el aspecto de los rasgos y puede ayudar a alargar una forma de cara más corta. La curva sigue la línea natural del párpado, pero es más grande, en proporción al párpado, lo que da lugar a una forma de ceja ancha.

Se cree que el más llamativo de todos los estilos de cejas es con ángulo marcado, que añade altura al rostro, haciéndolo parecer más delgado. Es muy adecuado para quienes tienen los ojos cerrados o formas de cara cuadradas o redondas. Las cejas se forman en ángulo hacia arriba desde el interior del ojo, y luego en ángulo agudo hacia abajo desde el centro de la ceja hasta el final de la misma. La fuerza de esta forma puede coincidir con una línea de mandíbula fuerte o añadir definición a un rostro redondo.



El grosor de las cejas de cada estilo depende de la persona y de las demás características faciales. Algunas personas desean un aspecto más natural, en el que se utiliza un mínimo de desplumado y modelado, mientras que otras pueden querer un aspecto más limpio, que produce cejas más finas. Las cejas más finas son una mejor opción para las personas con ojos más pequeños. Las personas que desean cambiar radicalmente la forma de sus cejas necesitan más depilación y modelado.

Diferentes tipos de diseños de cejas



<https://cristinalvarezbeauty.com/wp-content/uploads/2020/07/cejas.jpg>

PASOS PARA LA CREACIÓN DE CEJAS.

Estos puntos de medición son una guía para ayudarle a crear unas cejas de aspecto natural. Ningún rostro es perfectamente simétrico, por lo que siempre debe utilizar su mejor criterio a la hora de construir su ceja.

Elementos que se utilizan para tomar medidas en el diseño de cejas.

CALIBRECOMPÁS



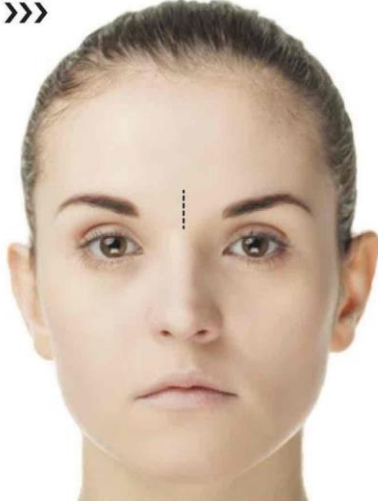
REGLA LÁPICES DE CEJAS



BROW MAPPING (STEPS 1-4)

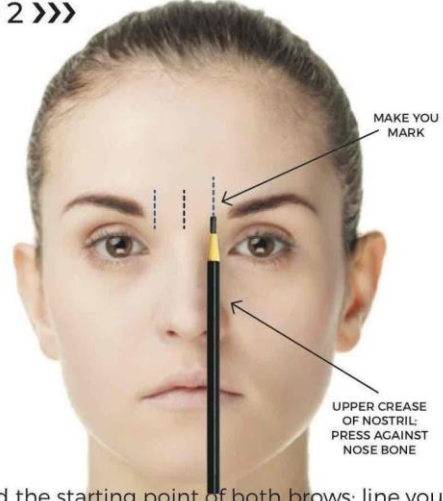
To ensure we build brows that are both esthetically pleasing and natural looking, we mark 5 points and connect them. Follow the steps outlined in the manual.

STEP 1 >>>



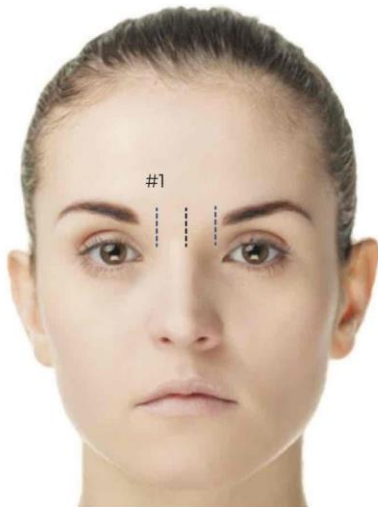
Find your middle point by drawing a small line between the brows.

STEP 2 >>>



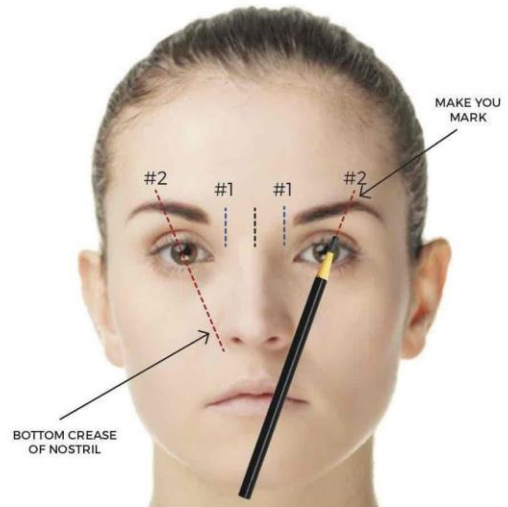
To find the starting point of both brows: line your pencil up with the upper crease of the nostril, through the tear duct and mark your point.

STEP 3 >>>



The beginning of the brows should be equal distance from the center mark from step one.

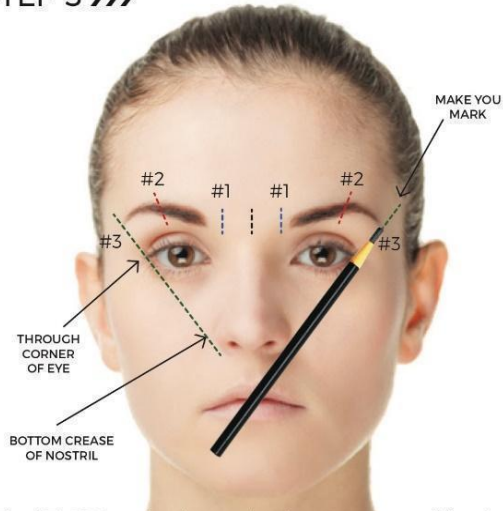
STEP 4 >>>



Find your point two by anchoring your pencil at the bottom crease of the nostril and go diagonally through the pupil. Mark your 2nd point where you pencil lands

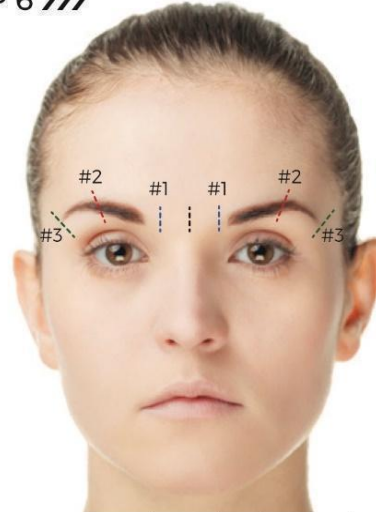
BROW MAPPING (STEPS 5-8)

STEP 5 >>>



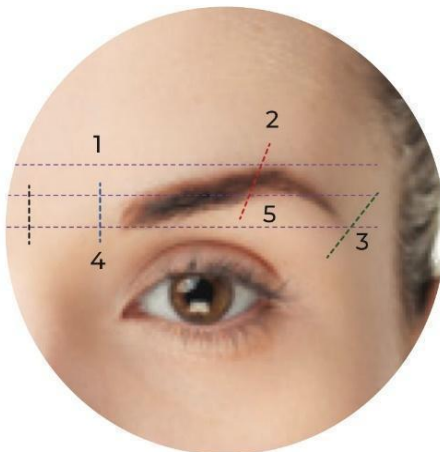
Find THIRD point by anchoring your pencil in the same bottom crease used for point TWO. Angle your pencil through the corner of the eye. Make your mark.

STEP 6 >>>



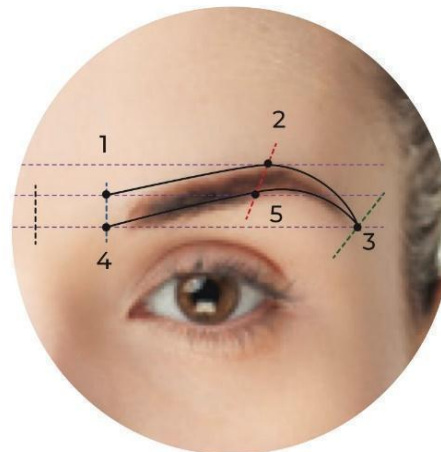
Remeasure your marks and make sure the points are all the SAME distance apart. Readjust any points that need to be moved.

STEP 7 >>>



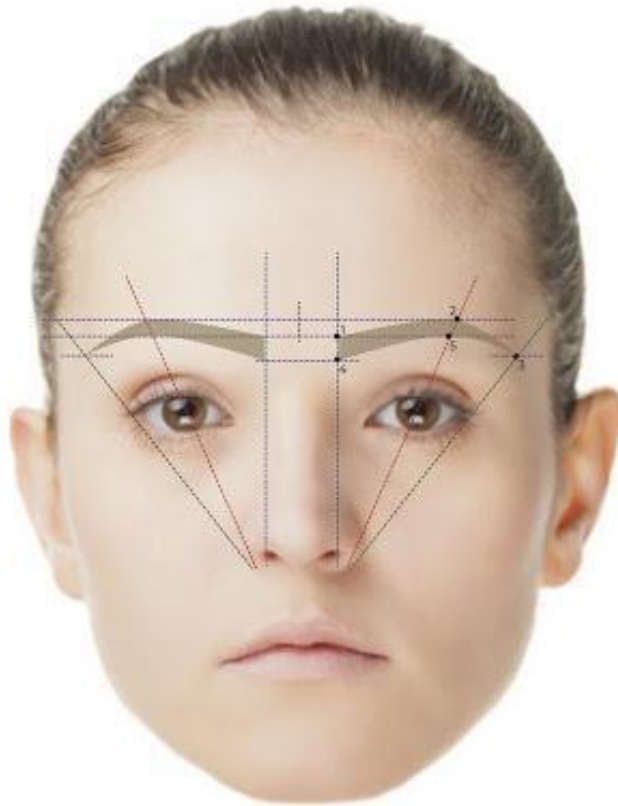
Find point FOUR which is the bottom of bulb and point FIVE the bottom of arch.

STEP 8 >>>



Connect the points 1-2, 2-3, 1-4, 4-5, 5-3

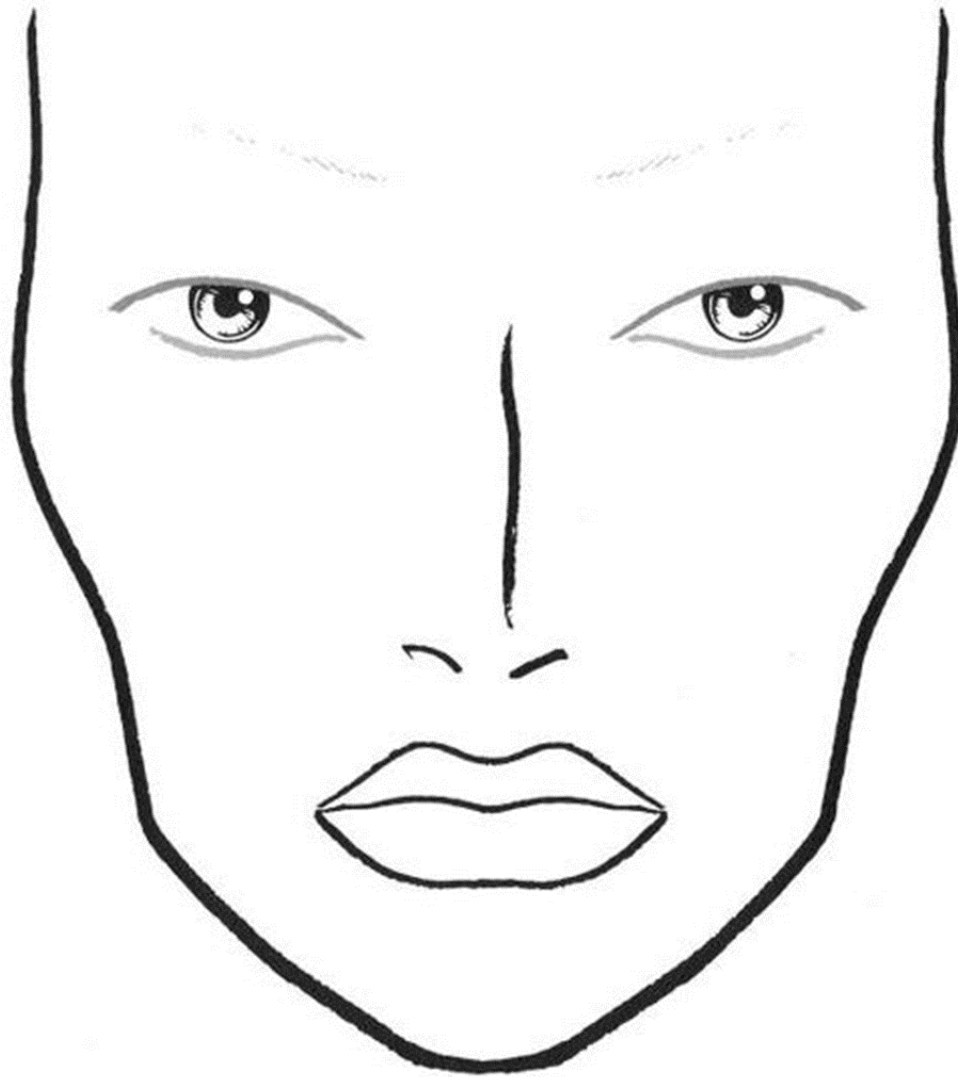
FACIAL SYMMETRY



{ Remember these measuring points are only a reference.
No face is perfect! You have to follow your INSTINCTS.
The more you practice the better off you will be. }

5

PLANTILLA PARA DISEÑAR LA CEJA



Título del material/actividad	3. Tarea práctica "Gestión de la documentación: consentimiento informado y ficha del cliente en la primera entrevista"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es mejorar la destreza digital del alumno, preparando una ficha de cliente para la recogida de datos durante la entrevista, así como la presentación del presupuesto y el consentimiento para la posterior realización de un proceso de micropigmentación. El alumno practica las habilidades de comunicación y las TIC. Deberá seguir los pasos indicados en el folleto "Crea tu ficha de cliente". El alumno diseñará una ficha de cliente en su ordenador, insertando los datos pertinentes realizados mediante tabletas. Asimismo, se pueden utilizar otros elementos artísticos que el alumno ya maneje. Se puede añadir o completar con dibujos / esquemas (de cejas, labios, ojos, otros).</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipo/material/herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta • Conexión a Internet
Tiempo necesario	2-3 horas
Anexos	Cree su tarjeta de cliente
Solución de la actividad	

CREAR SU FICHA DE CLIENTE

Crea tu propia ficha de cliente con las herramientas que te proporciona Microsoft Office o cualquier otro programa que te permita diseñar tablas para archivos digitales y en papel.

Al principio, piensa en la cabecera y el pie de página. Puedes insertar tu logotipo en la cabecera y tu dirección, número de teléfono, correo electrónico, ... en el pie de página, por ejemplo.

A continuación, realice un esquema de la información que irá dentro del archivo para generar una tabla por sección. Piensa en las columnas y filas que necesitas para introducir la información. Las filas y columnas pueden combinarse, eliminarse o añadirse en cualquier momento, así que si ves que necesitas añadir algún dato, siempre puedes añadirlo más tarde. Cuando tenga su tabla lista, puede eliminar o resaltar los bordes, añadir color al fondo o añadir una marca de agua a toda la página.

Información que debes tener en la ficha de cliente:

- Datos personales del cliente.
- Centro de referencia.
- Preguntas sobre la información necesaria en una consulta de tratamiento corporal.
- Medidas de las diferentes zonas del cuerpo, peso, altura, etc.
- Datos para el diagnóstico y seguimiento del tratamiento.
- Equipamiento utilizado, cosméticos, procesos.

Hoja de aceptación del presupuesto.

Este es un documento muy importante que denota la seriedad y el compromiso de sus servicios con sus clientes.

En este documento se utilizan cuadros de texto y formularios.

1. Abre un documento de Word y en la barra de tareas, elige la opción "Insertar".
2. En el menú desplegable puedes elegir entre "insertar cuadro de texto" o "formularios".
3. Haz clic dentro del cuadro de texto para escribir el texto e inserta las formas. Tanto para el cuadro de texto como para las formas puedes elegir: estilo, relleno, contorno y formato de la forma.

CUSTOMER CARD

PERSONAL DATA		DATE 1 ST CONSULTATION	
Name and surname			
Address			
City	Postal Code	Phone 1	Phone 2
Observations			
SENDING CENTER			
Name		Phone	
Observations			
Total Lips Budget			
Total Budget Eyebrows			
Total Eye Budget			
Other Budgets			
INITIAL CONSULTATION			
Place		Date	
Technician (name and surname)			
Data of interest (medications, allergies, diseases, previous micropigmentation, previous medical-aesthetic interventions, others)			
Observations, preoperative and special care			
ALLERGIC TEST			
Data		Zone	
Pigments used			
Technician (name and surname)			
Equipment and accessories.		Price	
Observations (date and result)			

COLORIMETRY CONSULTATION

EYEBROWS	
Factor 1 (hair color)	Factor 2 (eyebrow density)
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Factor 3 (skin tone)	Factor 4 (eye / eyebrow temperature)
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Tint and chosen blend	
<input type="text"/>	
Observations	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
LIPS	
Common colors and ranges	
<input type="text"/>	
Desired "color strength"	
<input type="text"/>	
Mucosa tone and undertone	
<input type="text"/>	
Definitive mix	
<input type="text"/>	
Observations	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
EYES	
Desired color	
<input type="text"/>	
Chosen mix	
<input type="text"/>	
Observations	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
COLOR CORRECTION TREATMENT	
Area to correct	Current color
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Color to obtain	Neutralizer / corrector
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Chosen mix	
<input type="text"/>	
OTHER TREATMENTS	
<input type="text"/>	

BUDGET

Date:

Place:

CUSTOMER DATA

Name:

Surname:

Address:

City:

Phone:

I.D.:

COMPANY / TECHNICIAN DATA

Company Name:

Name and surname of the technician:

Company Address:

City:

Phone:

I.D./ Identification number of the company.

Signed: The technician

Customer-company / technician agreement to carry out a micropigmentation treatment.

1.- I, _____
 authorize _____

hereinafter ("Specialist Technician") to perform a Micropigmentation / Microblading treatment, understanding as such, the micro-implantation of pigments in my skin, whose results will gradually fade over the years, treatment at that I have voluntarily submitted.

2.- The chosen area has been _____

3.- I have received the recommendations and instructions to follow before and after the treatment. I promise to follow them without the need of any control by the Specialist Technician, author of the treatment.

4.- I have received the explanatory document of the disposable products and accessories after each treatment and the safety and hygiene measures that will be maintained throughout the treatment.

5.- I have had a sensitivity test (allergic test) with hypoallergenic pigments that will be used for the treatment (brand and description of the pigments): _____

The area of application has been _____

No reaction detected after _____

6.- The Specialist Technician has carried out a visagism test prior to the treatment, I have verified the recommended shape and position being to my liking (Annex 1: Photo before and after the design).

7.- The tone chosen is (describe the tone requested by the customer) _____
 with a tonality similar to the color: _____

that appears in the color chart of the brand _____

8.- The global budget is _____ €, including the allergic test, the treatment and the re-touch after 30/60 days.

9.- I, _____

acknowledge the following particularities that, in my case, the Micropigmentation treatment has and that I expose below:

10.- I assume as my own any problems derived from performing the Micropigmentation treatment in these circumstances and I exempt the Specialist Technician Mr. / Mrs. _____ from any inconvenience that may arise.

And in ratification of all the above, I sign this document in the place and on the date indicated.

In _____ to _____ of _____

Signed: The customer

Título del material/actividad	4. Ejercicio escrito "Indicaciones y contraindicaciones antes y después del tratamiento"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es comprobar los conocimientos del alumno sobre las indicaciones y contraindicaciones del proceso de micropigmentación. En un caso real, el técnico especialista debe informar al cliente sobre las contraindicaciones e indicaciones antes y después del tratamiento.</p> <p>El alumno debe responder al cuestionario, considerando que la información recibida está en el mismo documento.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipamiento/herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantilla del ejercicio • Bolígrafo y subrayador
Tiempo necesario	45 min
Anexos	<p>Información sobre las contraindicaciones, los riesgos y las indicaciones durante los tratamientos previos y posteriores a la micropigmentación</p> <p>Plantilla de ejercicio</p>
Solución de la actividad	Solución

INFORMACIÓN SOBRE LAS CONTRAINDICACIONES, LOS RIESGOS Y LAS INDICACIONES DURANTE LOS TRATAMIENTOS PREVIOS Y POSTERIORES A LA MICROPIGMENTACIÓN

Durante la entrevista, el profesional debe informar de todos los pasos y procesos que se realizarán antes, durante y después del tratamiento. Asimismo, es necesario explicar las circunstancias en las que no se puede realizar y los tratamientos preventivos y posteriores para el mantenimiento del pigmento implantado.

CONTRAINDICACIONES

Existen tres tipos de contraindicaciones que pueden impedir la realización de la micropigmentación.

- **TEMPORAL:** No se puede realizar la micropigmentación hasta que se haya superado la enfermedad en los siguientes casos:
Menstruación, herpes simple o zoster, conjuntivitis, debilidad inmunológica, embarazo, infiltraciones médicas estéticas, intervenciones de cirugía estética, quimioterapia o radioterapia, infección local, cicatrices no estabilizadas, afecciones cutáneas en la zona de aplicación (dermatitis local, hematomas, quemaduras insolaciones, úlceras cutáneas) e infecciones bacterianas, fúngicas o víricas.
- **ABSOLUTA:** No se puede realizar en ningún caso si se padece de:
Reacciones alérgicas a los pigmentos, afecciones de la piel en la zona de aplicación de los pigmentos (pecas y lunares, queloides, angiomas elevados, verrugas, melanomas, impétigo, psoriasis, urticaria, cloasma, nevus o nevo y cáncer de piel).
- **BAJO SUPERVISIÓN MÉDICA:** En clientes que padecen algún tipo de enfermedad física o mental y dependen de la supervisión médica, no se pueden realizar tratamientos de micropigmentación sin autorización médica.
Diabetes, hemofilia, enfermedades cardíacas, VIH, trastornos de la piel o lesiones cutáneas no diagnosticadas, trastornos psicológicos y emocionales que impliquen la ingestión de ansiolíticos, analgésicos, somníferos, antidepresivos, psicotrópicos, alucinógenos, antiinflamatorios, antibióticos, fungicidas y otras enfermedades crónicas.

RIESGOS Y COMPLICACIONES: A pesar de todas las medidas adoptadas, pueden producirse las siguientes complicaciones:

* Infección local bacteriana, fúngica o vírica. * Infección general: hepatitis (VHB, VHC), sífilis, VIH, tétanos. * Alergia, dermatitis de contacto, reacciones cutáneas. * Herpes simple en tratamientos labiales. * Hemorragia. * Cicatrices patológicas.

INDICACIONES PREVIAS AL TRATAMIENTO

24 horas antes del tratamiento, procure no tomar:

- Excitantes: té, café, refrescos con cafeína, teína o taurina o sustancias con componentes excitantes.
- Vasodilatadores y anticoagulantes: Alcohol, ácido acetilsalicílico, etc.
- Mariscos. Comidas fuertes y picantes.

1 semana antes:

- Prevención del herpes simple (en el caso de los labios, consulte a su médico).
- No tomar el sol ni los rayos UVA.

- No realizar tratamientos faciales.

CUIDADOS GENERALES DESPUÉS DEL TRATAMIENTO

7 días después del tratamiento:

- Higiene diaria: limpiar suavemente la zona con suero fisiológico monodosis y gasas estériles.
- Aplicar frío : los dos primeros días durante un tiempo de aplicación de 5 minutos.
- Mantener la zona seca.
- No agredir la zona: no rascar ni frotar, ni realizar tratamientos faciales.
- Evitar cosméticos no específicos en la zona: cremas, maquillaje, leche limpiadora, vaselina, etc.
- Alimentación: no tomar marisco, picante o alimentos especialmente fuertes.
- Evitar el sol y los rayos UVA.
- Evitar saunas, piscinas y playas.

MANTENIMIENTO

Siempre que se realice un tratamiento de micropigmentación:

- Utilizar protección solar (pantalla total).
- Proteger la zona del contacto con: ácidos: Glicólico, Retinol, etc. Y láseres depilatorios y regenerativos).
- Realizar una visita anual para comprobar su evolución (evitar cambios de color).
- Realizar un retoque antes de los dos años.

CONDICIONES DE REVERSIBILIDAD DE LA PRÁCTICA

El tratamiento de micropigmentación es reversible mediante la aplicación de diferentes tipos de Láser, siendo dicha reversibilidad costosa y dolorosa.

SI APARECE ALGUNA REACCIÓN O ALTERACIÓN DURANTE EL PROCESO DE POST-TRATAMIENTO, DEBE CONSULTAR A SU MÉDICO.

PLANTILLA DE EJERCICIO

1. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicaciones temporales.
 - Hemofilia
 - Verrugas
 - Quimioterapia
 - Herpes simplex
 - Conjuntivitis
 - Melanomas
 - Diabetes
 - Urticaria
 - Trastornos psicológicos
 - Quemaduras solares
 - Embarazo
2. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicaciones absolutas.
 - Menstruación
 - Impétigo
 - Tomar pastillas para dormir
 - Reacciones alérgicas a los pigmentos
 - Psoriasis
 - Queloides
 - Patologías crónicas
 - VIH
 - Debilidad inmunológica
 - Cicatrices no estabilizadas
3. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicadas bajo control médico.
 - Diabetes
 - Herpes simple
 - Lunares
 - Dermatitis local
 - Enfermedades del corazón
 - Angiomas abultados
 - VIH
 - Lesiones cutáneas no diagnosticadas
 - Infiltraciones médicas estéticas
4. Menciona seis riesgos o complicaciones que pueden producirse como consecuencia de la micropigmentación.
5. Qué indicaciones previas al tratamiento deben considerarse 24 h antes de una micropigmentación?

6. Mencione los procesos generales que se deben atender después del tratamiento de micropigmentación.

7. ¿Por qué proceso puede ser reversible un tratamiento de micropigmentación?

SOLUCIÓN

1. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicaciones temporales.
 - Hemofilia
 - Verrugas
 - Quimioterapia
 - Herpes simplex
 - Conjuntivitis
 - Melanomas
 - Diabetes
 - Urticaria
 - Trastornos psicológicos.
 - Quemaduras solares
 - Embarazo
2. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicaciones absolutas.
 - Menstruación
 - Impétigo
 - Tomar pastillas para dormir
 - Reacciones alérgicas a los pigmentos
 - Psoriasis
 - Queloides
 - Patologías crónicas
 - VIH
 - Debilidad inmunológica
 - Cicatrices no estabilizadas
3. Con un rotulador, subraya las enfermedades que se consideran contraindicadas bajo control médico.
 - Diabetes
 - Herpes simple
 - Lunares
 - Dermatitis local
 - Enfermedades del corazón
 - Angiomas abultados
 - VIH
 - Lesiones cutáneas no diagnosticadas
 - Infiltraciones médicas estéticas
4. Mencione seis riesgos o complicaciones que pueden producirse como consecuencia de la micropigmentación.
 - Infección local bacteriana, fúngica o vírica.
 - Infección general: hepatitis (VHB,VHC),sífilis, VIH, tétanos.
 - Alergia, dermatitis de contacto, reacciones cutáneas.
 - Herpes simple en tratamientos labiales.

- Hemorragia.
 - Cicatrices patológicas.
5. Qué indicaciones previas al tratamiento deben considerarse 24 horas antes de una micropigmentación?
- 24 horas antes procure no tomar:
- Excitantes: té, café, refrescos con cafeína, o sustancias con componentes excitantes.
 - Vasodilatadores y anticoagulantes: alcohol, ácido acetilsalicílico, etc.
 - Mariscos. Comidas fuertes y picantes.
6. Liste las precauciones generales que deben atenderse después del tratamiento de micropigmentación.
- 7 días después del tratamiento:
- Higiene diaria: limpiar la zona suavemente con suero fisiológico monodosis y gasas estériles.
 - Aplicar frío: los dos primeros días durante un tiempo de aplicación de 5 minutos.
 - Mantener la zona seca.
 - No agredir la zona: no rascar ni frotar, ni realizar tratamientos faciales.
 - Evitar cosméticos no específicos en la zona: cremas, maquillaje, leche limpiadora, vaselina, etc.
 - Alimentación: no tomar marisco, picante o alimentos especialmente fuertes.
 - Evitar el sol y los rayos UVA.
 - Evitar saunas, piscinas y playas.
7. ¿Por qué proceso puede ser reversible un tratamiento de micropigmentación?
- El tratamiento de micropigmentación es reversible mediante la aplicación de diferentes tipos de Láser, siendo dicha reversibilidad costosa y dolorosa.

Título del material/actividad	5. Estudio de caso "Medidas en la micropigmentación en una situación de pandemia"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es mejorar las habilidades del alumno para comunicarse claramente con el cliente y evaluar su conocimiento de las medidas especiales durante una situación de pandemia. Por ejemplo, durante el estado de pandemia por Covid-19, se ha establecido un protocolo específico en los centros de estética y micropigmentación en el que el cliente debe ser informado en la entrevista previa, y que el técnico especialista debe conocer su exposición.</p> <p>Con esta actividad el alumno mejorará su capacidad de comunicación.</p> <p>Paso 1: Repasar la información proporcionada en el documento "Información previa sobre las medidas de COVID-19 en micropigmentación".</p> <p>Paso 2: Estudiar el caso y dar las respuestas adecuadas.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipamiento/herramientas	Materiales necesarios: <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta • Conexión a Internet
Tiempo necesario	45 minutos
Anexos	Información previa sobre las medidas de COVID-19 en la micropigmentación Recepción de un cliente en situación de pandemia
Solución de la actividad	Solución "Recepción de un cliente en situación de pandemia"

INFORMACIÓN PREVIA SOBRE LAS MEDIDAS DE COVID-19 EN LA MICROPIGMENTACIÓN

Documento de información previa COVID-19 en tratamientos de micropigmentación

DATOS DEL CENTRO	
TITULAR Y NIF	
DIRECCIÓN	
CÓDIGO POSTAL Y UBICACIÓN	
TELÉFONO	
DATOS DEL CLIENTE	
NOMBRE, APELLIDOS, DNI	
DIRECCIÓN	
CÓDIGO POSTAL Y UBICACIÓN	
TELÉFONO	
DATOS DEL TÉCNICO	
NOMBRE, APELLIDOS E IDENTIFICACIÓN	
TELÉFONO	

INFORMACIÓN SOBRE EL COVID-19

Enfermedad por coronavirus 2019 es el nombre asignado a la patología causada por la infección por el coronavirus SARS-CoV-2. Es un virus altamente contagioso, la transmisión se produce cuando el virus entra en nuestro organismo a través de las vías respiratorias y las mucosas. La mayoría de los casos presentan síntomas leves, pero existen casos graves con neumonía, dificultad para respirar, insuficiencia renal e incluso la muerte.

A pesar de que el tratamiento que se me va a realizar es una MICROPIGMENTACIÓN, ajena a dicha patología, dado el alto índice de contagio, se ha cambiado el protocolo de recepción y contacto con los clientes, todo lo cual se me ha informado tanto verbalmente como por escrito, en este documento:

- **CITA**

Se le pedirá que prevenga el riesgo de contagio, si en los últimos 14 días:

- a) ha tenido fiebre
- b) tiene problemas respiratorios (incluida la tos)
- c) ha sufrido dolores musculares y torácicos
- d) ha viajado a países de riesgo
- e) ha estado en contacto con personas con sospecha de infección/síntomas o pacientes con COVID-19.

Asimismo, se le preguntará si ha respetado la CUARENTENA obligatoria del ESTADO DE ALARMA, salvo situaciones consideradas excepcionales, que deberá especificar en su caso. En el caso de superar el triaje, se me dará cita previa.

- **RECEPCIÓN**

- a) Consulta presencial sin acompañamiento.
- b) Debe acudir sin pulseras, collares o pendientes.
- c) Debe acudir con mascarilla.
- d) Debe ser puntual.
- e) Debe lavarse bien las manos durante 20 " a 30 " con el gel hidroalcohólico disponible a la entrada del establecimiento y debe mantener las manos desinfectadas sin entrar en contacto con objetos.
- f) Debe evitar deambular por los espacios comunes, manteniendo siempre la distancia mínima de seguridad (2m) entre las personas.
- g) Si tengo fiebre o no firmo el Documento Informativo Previo COVID19, la cita puede ser cancelada.

- **TRATAMIENTO EN CABINA**

- 1) Se le pedirá una nueva desinfección de manos.
- 2) Si se somete a algún tratamiento perioral, se le pueden pedir varios ENJUAGUES con colutorio, previamente, durante y al final del proceso.
- 3) Si el tratamiento es de cejas, párpados o pelo, se desinfectará la superficie de la piel y se colocará un peto de plástico o talla impermeable, además de una mascarilla durante el proceso.
- 4) Si el tratamiento debe desvestirse, la ropa se colocará en una percha de pie que se desinfectará al salir el cliente.

- **DESPUÉS DEL TRATAMIENTO**

RIESGOS Y COMPLICACIONES

- 1) Pueden existir complicaciones y riesgos de la MICROPIGMENTACIÓN de los que se le ha informado verbalmente y con un consentimiento informado específico.

- 2) A pesar de los protocolos de seguridad, dado el alto riesgo de transmisión de virus, es imposible asegurar el RIESGO NULO de transmisión de virus.
- 3) El tratamiento de micropigmentación podría complicarse si se produce una infección por COVID19, por lo que se ha recomendado que tras el tratamiento se evite el contacto con personas que padezcan o puedan padecer esta enfermedad vírica.
- 4) Tener la enfermedad durante (asintómicamente) o después del tratamiento podría influir en su resultado.

Y para que conste que estoy conforme con todo lo expuesto, firmo en la fecha indicada

En.....en.....de.....de.....

Estudio de caso: Recepción de un cliente en una situación de pandemia

Una mujer de 45 años acude a su centro de estética porque tiene cita para una micropigmentación de cejas. ¿Qué acciones debe seguir una vez que la clienta llega a la recepción? ¿Y en el tratamiento en cabina? Explica a la mujer la información que debe conocer sobre los riesgos y complicaciones que pueden surgir tras el tratamiento en esta situación.

Solución "Estudio de caso: Recepción de un cliente en situación de pandemia"

● RECEPCIÓN

- a) Consulta presencial sin acompañamiento.
- b) Debe ir sin pulseras, collares ni pendientes.
- c) Debe ir con la cara quitada y con mascarilla.
- d) Debe ser puntual.
- e) Debe lavarse bien las manos durante 20 " a 30 " con el gel hidroalcohólico disponible a la entrada del establecimiento y debe mantener las manos desinfectadas sin entrar en contacto con objetos.
- f) Debe evitar deambular por los espacios comunes, manteniendo siempre la distancia mínima de seguridad (2m) entre las personas.
- g) Si tiene fiebre o presenta síntomas compatibles con COVID-19 como se menciona en el Documento Informativo Previo, la cita puede ser cancelada.

● TRATAMIENTO EN CABINA

- 1) Se le solicitará una nueva desinfección de manos.
- 2) Si se somete a algún tratamiento perioral, se le podrán solicitar varios ENJUAGUES con colutorio, previamente, durante y al final del proceso.
- 3) Si el tratamiento es de cejas, párpados o pelo, se desinfectará la superficie de la piel y se colocará un peto de plástico o talla impermeable y una mascarilla durante el proceso.
- 4) Si se necesita desvestirse durante el tratamiento, se colocará la ropa en una percha de pie que se desinfectará al salir el cliente.

● RIESGOS Y COMPLICACIONES

- 1) Pueden existir complicaciones y riesgos de la MICROPIGMENTACIÓN de los que se le ha informado previamente de forma verbal y con un consentimiento informado específico.
- 2) A pesar de los protocolos de seguridad seguidos, dado el alto riesgo de transmisión de virus, es imposible asegurar el RIESGO 0 de transmisión de virus.
- 3) El tratamiento de micropigmentación podría complicarse si se produce una infección por COVID19. Por ello, se ha recomendado que tras el tratamiento se evite el contacto con personas que sufran o puedan sufrir esta enfermedad vírica.
- 4) Tener la enfermedad durante (asintóticamente) o después del tratamiento, esto podría influir en su resultado.

Título del material/actividad	6. Análisis de vídeo "Extensiones de pestañas para diferentes formas de ojos"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>La actividad consiste en analizar un vídeo existente en YouTube sobre el peinado de ojos para diferentes formas de ojos. Para orientar al cliente sobre el estilo de extensiones que más le conviene, el alumno debe leer el folleto "Extensiones de pestañas" y ver el vídeo que muestra los diferentes tipos de ojos y los estilos de extensiones que mejor se adaptan a cada tipo de ojo.</p> <p>Paso 1: Ver el vídeo y tomar notas.</p> <p>Paso 2: Describir qué estilo de extensiones es adecuado para los diferentes tipos de ojos: redondos, caídos, ojos separados.</p> <p>Paso 3: Ver de nuevo el vídeo y comprobar si las recomendaciones son correctas.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipamiento/herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta • Conexión a Internet
Tiempo necesario	<p>Fase 1: Visualización del vídeo con su posible repetición 20 min.</p> <p>Fase 2: Descripción de la selección para cada caso 30 min</p> <p>Fase 3: Comprobación de la visualización 10 min</p>
Anexos	<p>Extensiones de pestañas</p> <p>Lash Extensions 101</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=AdKoKtxm16l</p>
Solución de la actividad	

EXTENSIONES DE PESTAÑAS

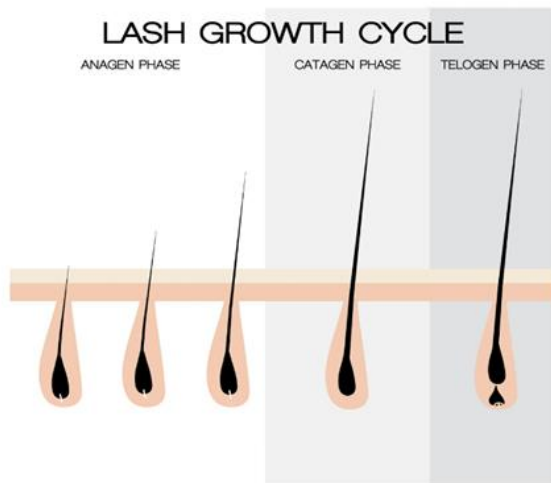
1. PESTAÑAS NATURALES

La función principal de las pestañas es proteger los ojos. Otra función es dar expresividad a la mirada. Las pestañas son cada uno de los pelos de los bordes de los párpados (fóliculo pilosebáceo) y ayudan a proteger el ojo de los cuerpos extraños que vienen del exterior. Son muy sensibles al tacto y cualquier contacto con ellas desencadena un movimiento reflejo que cierra instantáneamente los párpados.

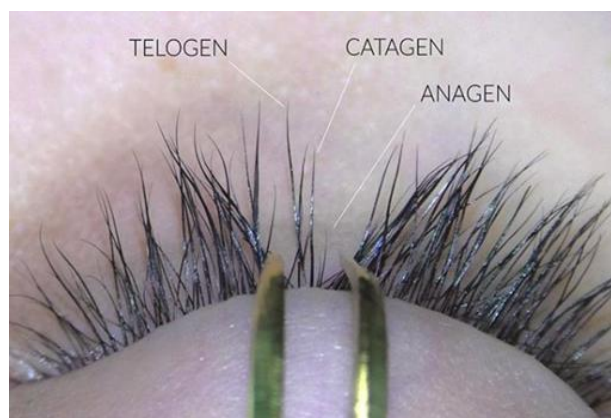
2. CICLO DE LA PESTAÑA NATURAL

El pelo natural de las pestañas pasa por tres fases distintas en su ciclo de crecimiento:

- **ANÁGENA:** Es la fase de crecimiento, en la que las pestañas crecen activamente, y dura entre 30 y 45 días. Sólo un 40% de las pestañas superiores y un 15% de las pestañas inferiores se encuentran en la fase anágena en un momento dado. Cada pestaña crecerá hasta una longitud determinada y luego se detendrá.
- **CATÁGENA:** Es la fase de transición. Durante esta fase, la pestaña deja de crecer y el folículo piloso se encoge. Si una pestaña se cae o se arranca durante esta fase, no volverá a crecer inmediatamente porque el folículo necesita completar la fase Catagen antes de poder pasar a la siguiente. Esta fase dura entre dos y tres semanas.
- **TELÓGENA:** Esta fase puede durar más de 100 días antes de que la pestaña se caiga y comience a crecer una nueva. Como cada pestaña individual está en su propia fase del ciclo de crecimiento, es normal que se caigan algunas pestañas la mayoría de los días. Normalmente se tarda entre cuatro y ocho semanas en reemplazar completamente una pestaña.



Considerando todo esto, es importante saber que cada pelo está en una fase diferente, lo que significa que en 3 o 4 semanas como máximo es necesario acudir al centro para realizar un mantenimiento pertinente.



3. PATOLOGÍAS OCULARES A TENER EN CUENTA

Cuando el cliente presenta alguna de las siguientes patologías, se recomienda NO realizar el servicio de extensiones de pestañas por posibles reacciones adversas.

- **GLAUCOMA:** Es un trastorno en el que aumenta la presión dentro del globo ocular, dañando el nervio óptico y provocando la pérdida de visión. El glaucoma secundario se produce porque

el ojo ha sido dañado por una infección, una inflamación, un tumor o una catarata grande. Considerando su tratamiento con una hidratación constante del globo ocular, puede provocar la caída anticipada de las extensiones.

- **CATARATAS:** Es una nubosidad en el cristalino del ojo que dificulta la visión. Produce una pérdida de visión progresiva e indolora. No se conoce su origen, pero puede deberse a enfermedades inflamatorias del ojo, a algunos fármacos, a complicaciones de otras enfermedades, como la diabetes. Es una enfermedad común en las personas mayores, aunque algunos bebés pueden nacer con ella.
- **LAGRIMA SECA:** Provoca dolor y molestias en la zona del ojo, debido a la falta de lágrimas. Se suele recomendar el uso de lágrimas artificiales para aliviar los síntomas.
- **EXCESO DE LÁGRIMA:** Se produce cuando se presenta una deficiencia de una lágrima normal, una inflamación, una infección o por la introducción de un cuerpo extraño en el ojo.
- **CONJUNTIVITIS:** Es la inflamación de la parte blanca del ojo. Se acompaña de un aumento de la secreción. Suele ser contagiosa, por lo que no se debe manipular la zona. Si el cliente quiere realizar el servicio, debe eximir de responsabilidad al profesional. Para ello, es conveniente rellenar un formulario con la firma del cliente, así como la del profesional para realizar el servicio.

4. PLANTILLA DE FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO DE EXTENSIÓN DE PESTAÑAS

Nombre cliente: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____ C.P. _____

Teléfono _____ Correo: _____

He aceptado que me apliquen extensiones de pestañas sobre mis pestañas naturales y/o que me las retiren y retoquen. Al firmar este acuerdo, doy mi consentimiento para la colocación y/o retirada de las extensiones de pestañas por parte del profesional certificado en extensiones de pestañas.

Entiendo que existen riesgos asociados a la colocación y/o retirada de pestañas artificiales sobre mis pestañas naturales.

Entiendo que, como parte del procedimiento, puede producirse irritación de los ojos, dolor, incomodidad por la picazón y, en casos raros, infección de los ojos.

Entiendo y acepto que si experimento cualquiera de estos problemas con mis pestañas, me pondré en contacto con mi técnico y retiraré las extensiones de pestañas inmediatamente y consultaré a un médico a mi cargo.

Entiendo y acepto seguir las instrucciones de tratamiento posterior proporcionadas por mi técnico. No seguir las instrucciones de cuidado posterior puede provocar que las extensiones de pestañas se caigan.

Entiendo que existe la posibilidad de una reacción alérgica - como con todos los productos cosméticos.

Reconozco que tengo/no tengo ninguna de las siguientes patologías:

	SI	NO
GLAUCOMA		

DIABETES		
LAGRIMA SECA		
CONJUNTIVITIS		
EXCESO DE LAGRIMA		
CATARATAS		
INTERVENCIONES ÓPTICAS RECIENTES		
ALERGIA AL LÁTEX		
ALERGIA AL CIANOACRILATO NO CONTACTOS DE CIANOACRILATO		

He sido informado de todas las características del proceso de Extensiones de Pestañas, así como de su durabilidad y procedimientos a seguir tras su aplicación.

En caso de sufrir alguno de los efectos secundarios negativos, eximo a

_____ (nombre del centro) de toda responsabilidad.

FIRMA DEL CLIENTE

FIRMA DEL PROFESIONAL

5. TRATAMIENTOS DE BELLEZA DE PESTAÑAS

La realización del servicio de Lifting o Permanente Tradicional y Tinte de Pestañas, que se realizará entre 24 y 48 horas antes del servicio de Extensiones de Pestañas favorecerá:

- Dar una forma correcta a las pestañas, especialmente en los casos de pestañas tiesas y caídas.
- Dar color a las pestañas. En algunos casos pueden aparecer pelos con canas o un color excesivamente claro.
- Mejorar la estética y la duración del servicio de Extensiones de Pestañas.

Al realizar el servicio de Lifting antes de las Extensiones, el rizado no debe ser excesivo, porque provocará que el servicio de Extensiones no se realice, por no poder aplicar correctamente la Extensión de Pestañas. Por ello, se recomienda realizar una ligera ondulación, para facilitar la adhesión de la Extensión al cabello natural. Después de realizar el servicio de Extensiones de Pestañas, el cliente deberá realizar un mantenimiento cada 3 o 4 semanas, dependiendo del crecimiento natural de las pestañas del cliente. En este intervalo de tiempo, el cliente observará la pérdida de pestañas junto con los pelos naturales. Esto se debe a la fase telógena, y se desprende, la extensión junto con el pelo natural.

6. EXTENSIONES DE PESTAÑAS vs PESTAÑAS FALSAS

La principal diferencia entre las extensiones de pestañas y las pestañas postizas es que las pestañas postizas son un sistema más rápido y sencillo para alargar la pestaña, con una durabilidad muy corta, sólo un día. Son ideales para una ocasión especial. La aplicación se realiza sobre la piel del párpado móvil, y se retiran simplemente con agua o al desmaquillarse. Por otro lado, las Extensiones de Pestañas están diseñadas para proporcionar longitud, grosor y volumen a las pestañas naturales camuflándolas. Para ello, se utilizan pelos sintéticos con un acabado muy natural, trabajando con diferentes técnicas que se aplicarán sobre cada pestaña natural, evitando siempre el contacto con la

piel. Su durabilidad es superior, y requieren de un ENTRENAMIENTO ESENCIAL para lograr su correcta aplicación. Con esta técnica, conseguiremos armonía y mayor profundidad en la mirada, siempre y cuando la aplicación sea correcta, y el cliente cumpla con los cuidados recomendados por el profesional en el servicio Pre / Post. Para la adhesión de las Extensiones de Pestañas, se utilizará un pegamento especial, que proporcionará una gran adherencia, de pelo sintético a pelo natural.

7. VARIOS RECURSOS DE VIDEO SOBRE EL VOLUMEN DE LAS PESTAÑAS Y LA ELIMINACIÓN DE LAS EXTENSIONES DE PESTAÑAS

[Wide, narrow & closed fans](#)

[Eyelash Extension Tutorial with Removal in ISOLATION!](#)

[Volume Lashing - From Start to Finish](#)

[How to create Lash Set: Classic, Hybrid, and Volume](#)

Título del material/actividad	7. Estudio de caso "Asesoramiento sobre los tratamientos de seguimiento tras la aplicación de extensiones de pestañas"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>Esta actividad ayuda al alumno a gestionar las indicaciones para el cliente después de la aplicación de las extensiones de pestañas.</p> <p>La actividad consiste en analizar la información ofrecida en el artículo "The 6 most important tips for your eyelash extensions care" publicado en la web sobre el cuidado y mantenimiento de las extensiones de pestañas. A continuación, el alumno resume las indicaciones para el cliente.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipamiento/herramientas	Materiales necesarios: <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta • Conexión a Internet
Tiempo necesario	40 minutos
Anexos	The 6 most important tips for your eyelash extensions care Por eyelashes24 - https://www.eyelashes24.com/ en varios idiomas
Solución de la actividad	Indicaciones para el cliente después de las extensiones de pestañas

Indicaciones para el cliente después de las extensiones de pestañas

El uso regular de un cepillo de pestañas ayudará a mejorar el aspecto de sus pestañas y a alargar visualmente tanto las naturales como las artificiales.



Otras herramientas muy recomendables son los cepillos de pestañas con dientes finos de acero inoxidable o los separadores de pestañas en forma de arco.



Durante el uso de las extensiones de pestañas, se recomienda un desmaquillador de pestañas específico y una espuma limpiadora de pestañas sin aceite.

Se recomienda no utilizar máscara de pestañas, pero si no puede resistirse, sólo debe utilizar máscara de pestañas y delineador de ojos a base de agua.

Como consejo después de desmaquillarte, te recomiendo que apliques un buen y eficaz sérum para pestañas en la base de las mismas, para que reciban suficientes principios activos para que vuelvan a crecer con fuerza.

Título del material/actividad	8. Tarea práctica "Creación de una encuesta de satisfacción"
Presentación / Descripción de las fases de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es preparar una encuesta de satisfacción para que los clientes evalúen la calidad de los servicios prestados por el salón de belleza. El alumno mejorará su capacidad de comunicación y sus conocimientos de las TIC. La encuesta puede prepararse en otros idiomas.</p> <p>Paso 1: Revisar la información del folleto "Calidad en los servicios de maquillaje permanente y temporal".</p> <p>Paso 2: Crear una encuesta de satisfacción del cliente en un Google Form utilizando una propuesta de preguntas adecuadas al servicio y al tratamiento realizado. Las preguntas tienen que abordar aspectos como: Información, Eficiencia, Instalaciones, Mobiliario, Higiene y prevención, Idoneidad del tratamiento, Organización, Imagen personal, Calidad técnica del servicio.</p> <p>Paso 3: Envío de la encuesta al cliente por correo electrónico (ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente: https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6).</p> <p>Para la ejecución a través de Google:</p> <p>Acceder a los Formularios</p> <p>Conocer la interfaz</p> <p>Añadir preguntas</p> <p>Añadir contenido multimedia</p> <p>Enviar formularios</p> <p>Ver las respuestas</p> <p>Personalizar y configurar</p> <p>Tutorial in English Cómo utilizar los formularios de Google - Tutorial para principiantes por #simpletivity Scott Friesen</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios/equipo miento/ herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PC o tableta ● Conexión a Internet ● Cuenta de Google ● Aplicación de "formularios" de Google
Tiempo necesario	<p>1ª fase: exposición de la muestra 30 min</p> <p>2ª fase: desarrollo de la actividad a partir de 2 horas</p>
Anexos	<p>Calidad en los servicios de maquillaje permanente y temporal</p> <p>Ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente: https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6</p>
Solución de la actividad	

CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE MAQUILLAJE PERMANENTE Y TEMPORAL

La calidad del servicio prestado no es sólo el resultado óptimo del trabajo realizado, sino también la atención que percibe el cliente y la buena imagen que somos capaces de proyectar.

Calidad en la realización y venta de los servicios

La información y la ética profesional para asesorar y recomendar con rigor es el primer paso que requiere el cliente en un tratamiento de manicura o belleza de manos. Esto, junto con una buena práctica profesional, son ingredientes básicos para conseguir el objetivo: la satisfacción y fidelización del cliente.



Calidad en la venta de productos

Para una venta de calidad y fidelización del cliente tendremos en cuenta:

- Honestidad: ofrecer productos no discriminatorios y realmente necesarios.
- Valorar el producto en su precio justo; sin sobrevalorarlo ni depreciarlo de su precio recomendado.
- Ética: Describir los efectos del producto sin mentir ni engañar al cliente.



Parámetros que definen la calidad de los servicios

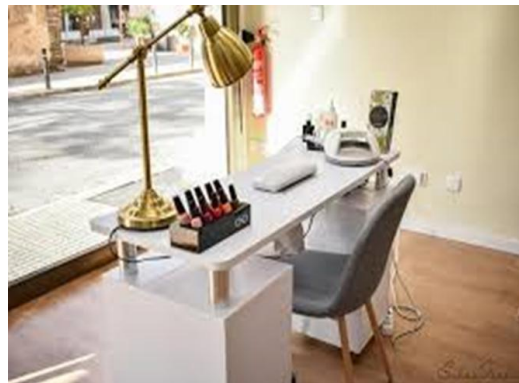
- Eficacia: se consigue mediante la obtención de resultados a corto y largo plazo.
- Instalaciones: deben ser acogedoras, limpias y seguras.
- Mobiliario: debe ser adaptable, adecuado y confortable.

- Higiene y prevención: son los elementos clave de la calidad del servicio.
- Adecuación del trato: cada trato debe ser personalizado y ajustado a las necesidades y requerimientos del cliente.
- Organización: se refiere a la planificación del trabajo. Control de agenda y stock y control de horarios de los servicios.
- Imagen personal: se refiere tanto a la apariencia externa como a la actitud y el comportamiento.
- Calidad técnica del servicio: los equipos de trabajo deben estar en perfecto estado, limpios, desinfectados y esterilizados.
- Los productos deben estar en óptimas condiciones de envasado y etiquetado, controlando la fecha de caducidad.
- El protocolo de tratamiento debe estar concertado, con fases y tiempos de trabajo controlados.

La imagen como factor de calidad del servicio

Las instalaciones

- El aspecto físico de la empresa: la iluminación, la temperatura, la limpieza y el orden, el mobiliario, así como el merchandising, cuyos objetivos son atraer la atención, acercar al cliente al producto y facilitar la acción de compra.
- El ambiente profesional: destacan aspectos como la atención y el trato al cliente, la profesionalidad, la eficacia, la organización y la colaboración entre las personas que componen la empresa.



Los profesionales

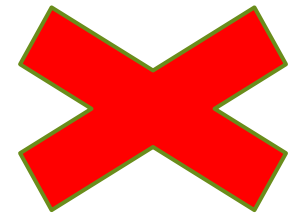
- Apariencia o imagen del profesional que trata con los clientes.
- Actitud: disposición, amabilidad, dinamismo y entusiasmo.

- Los valores que garantizan la solidez de la empresa: honestidad, credibilidad y confianza.



Actitudes negativas que no deben mostrarse ante un cliente

- Los malos modos o los desacuerdos.
- Criticar o hacer comentarios negativos sobre la empresa, los compañeros u otros clientes
- Discutir con otros compañeros.
- Bostezar, mostrar cansancio o pereza.



Recepción y atención al cliente

La comunicación con el cliente es el primer paso en la recepción. Debe ser acogedora para que el cliente se sienta cómodo, y es importante prestar especial atención a la comunicación verbal y no verbal. La comunicación no verbal es la que se expresa a través de la imagen que ofrecemos, tanto de la empresa como de nosotros mismos, así como el tono y los gestos que acompañan al lenguaje que utilizamos.

Debemos prestar especial atención a aspectos como:

- Gesticular adecuadamente, si la persona está tensa o relajada (comportamiento no verbal).
- Escuchar lo que el cliente quiere, la expectativa sobre el servicio que va a recibir. Informar al cliente de forma precisa y personalizada, creando un clima de confianza, seguridad y esperanza.
- Hacer preguntas breves que aporten más información, mostrar interés y empatía por el cliente.

Tipología de clientes

- Tímidos, su característica es que son reservados, inseguros y prefieren escuchar. En un contexto cara a cara, trate de darles confianza y ayuda.
- Habladores, son comunicativos, abiertos e impulsivos. Durante el tratamiento, trate de ser amable y abierto, breve y cortés.
- Excitables, son quisquillosos, exigentes, insultantes y agresivos. Durante el tratamiento, mantenga la calma y escuche.
- Irracionales, negativos, siempre piensan que tienen razón, no son objetivos. En un contexto cara a cara, mantener la calma, llegar a acuerdos y presentar argumentos.
- Escéptico, muy desconfiado, lo cuestiona todo, es contundente y crítico. Durante el servicio, actuar con sinceridad y paciencia y dar garantías.
- Silencioso, directo al grano, poco diplomático. En la cortesía y la brevedad, tomar las riendas.

- Presuntuoso, orgulloso, engreído, cree que lo sabe todo. Durante el servicio, intenta no competir con ellos, actúa con humildad y amabilidad.

Satisfacción del cliente

Satisfacer las necesidades del cliente es el principal objetivo de todo profesional y el elemento más importante de la gestión de la calidad.

Es fundamental definir el concepto de satisfacción del cliente para cada empresa y para cada servicio, desarrollando sistemas de medición y creando modelos de respuesta inmediata ante posibles insatisfacciones.

Un cliente satisfecho es la base del éxito de un profesional. Añadir valor añadido al producto o servicio puede aumentar la satisfacción del cliente y su fidelidad.

Un cliente satisfecho es un cliente fiel. Por tanto, seguirá demandando nuestros productos y servicios, e influirá en la captación de nuevos clientes.



Técnicas de fidelización

Estas técnicas nos permiten obtener una mayor fidelidad de los clientes.

Las nuevas tecnologías son herramientas eficaces para complementar las técnicas de fidelización tradicionales, basadas en una buena comunicación y entendimiento con el cliente. Entre las técnicas de fidelización más utilizadas están:

- Envío de ofertas y novedades sobre nuestros productos/servicios.
- Campañas de información y marketing.
- Envío de detalles, felicitaciones, etc.

Se trata de obtener y aprovechar toda la información que podamos recabar sobre nuestros clientes: sus opiniones, deseos y expectativas para poder ofrecerles productos y servicios de forma satisfactoria

Evaluación

La mejor evaluación es la que nos permite obtener información para poder valorar los resultados de forma objetiva, sacar conclusiones y tomar decisiones.

Los cuestionarios se utilizan para evaluar aspectos como: la calidad del servicio, el tiempo de espera, el precio, la atención al cliente, etc.

No siempre son fiables al 100%, por lo que es necesario complementar esta información con otra adicional: la obtenida de forma verbal y directa, preguntando periódicamente a los clientes.



Desviaciones en la prestación del servicio

Es inevitable que nuestro trabajo falle en ocasiones, lo que puede provocar desviaciones en los resultados esperados. Por ello, es fundamental que contemos con una serie de pautas que nos ayuden a corregir y solucionar estos casos, siempre en busca de la satisfacción del cliente.

Para identificar estas desviaciones, debemos establecer las diferentes etapas por las que pasa el cliente para recibir el servicio. Haremos un análisis de los factores que pueden fallar y evitar posibles desviaciones del resultado esperado.

Directrices a considerar:

- Resolver el problema antes de que el cliente abandone el salón de belleza.
- Intentar resolver el problema y no ignorarlo.
- Cuando un profesional comete un error, junto con una disculpa, ofrecer una solución satisfactoria para el cliente.
- Tratar al cliente con tacto, razonando con cortesía y con amabilidad. No contradecir drásticamente los argumentos del cliente, evitando los conflictos y tratando de resolverlos con discreción para que no sean conocidos por otros clientes.
- Tener a su disposición hojas de reclamaciones, en caso de que las soliciten.

El cliente siempre tiene razón. Cómo se debe actuar ante una queja de un cliente?

- Ser educado y amable. Pedir disculpas, actuando siempre con calma.
- Ir directamente a la naturaleza del problema, evitar conflictos o discusiones.
- Sea discreto.
- Determine el error y sugiera una solución: No cobrar, hacer un descuento y ofrecer un servicio gratuito.
- Es nuestra obligación tener hojas de reclamaciones e informar a nuestros clientes de su existencia, con un cartel visible que lo indique.
- Disponer de un seguro de responsabilidad civil para los casos en los que se nos pida una indemnización.
- Tratar de encontrar una solución satisfactoria para el cliente.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

<p style="text-align: center;">Su opinión es muy importante para nosotros</p> <p style="text-align: center;">Por favor, tómese un poco de tiempo para rellenar este breve cuestionario.</p> <p style="text-align: center;">Nos ayudará a mejorar nuestros servicios</p>								
Profesional que le ha atendido (opcional):				Fecha:				
¿Es la primera vez que visita nuestro salón de belleza?				SI / NO				
Indique su valoración, considerando que: 1 es la valoración más baja y 5 la más alta.				1	2	3	4	5
1	Las medidas de protección utilizadas por el personal y los clientes cumplen con las medidas sanitarias de Covid-19.							
2	El área de trabajo, el mobiliario, la decoración y el ambiente son satisfactorios para el servicio realizado.							
3	La imagen del personal es totalmente profesional. Inspira confianza.							
4	El tiempo de espera y el servicio han sido los esperados.							
5	Han respondido a todas sus propuestas y demandas.							
6	La atención ha sido cordial y eficiente en todo momento.							
7	El resultado final ha sido totalmente satisfactorio.							
8	El precio con respecto a la calidad del servicio es adecuado.							
9	Le gustaría seguir recibiendo nuestros servicios y/o probar otros nuevos.							
10	Recomendaría nuestros servicios a otras personas, amigos y familiares con la misma confianza que ha depositado en nosotros.							
Sugerencias de mejora / observaciones:								
MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA								