



Proceso de Diseño de Marca y aplicación “Amika Beauty”

Paulina Vázquez Cancino

Lic. María Eugenia Pedrueza Cano

Bases De Diseño

Diseño Gráfico

## 1.- Planteamiento del problema

Diseño para la marca de la empresa “Amika Beauty”

## 2.-Investigación

El maquillaje tiene sus orígenes en el Antiguo Egipto alrededor del 4000 a.C. donde tanto hombres como mujeres usaban kohl para delinear sus ojos no solo por estética sino también por protección contra el sol y las infecciones. También utilizaban henna para teñir uñas y labios. En Mesopotamia las mujeres trituraban piedras semipreciosas para obtener pigmentos y aplicarlos en sus rostros. En la Antigua Grecia y Roma se valoraba una piel pálida y se usaban polvos de plomo peligrosos para la salud para lograrlo

Durante la Edad Media el maquillaje fue rechazado en Europa por la Iglesia ya que se asociaba con la vanidad y lo pecaminoso. Sin embargo en el Renacimiento el ideal de belleza volvió a enfocarse en la piel pálida con labios y mejillas ligeramente coloreadas

En la Francia del siglo XVIII el maquillaje fue sinónimo de estatus con rostros empolvados lunares postizos y labios intensos. Sin embargo tras la Revolución Francesa el uso excesivo de maquillaje se asoció con la aristocracia y cayó en desuso. En el siglo XIX con la era victoriana el maquillaje se volvió más discreto y natural

En la década de 1920 se popularizan los labiales rojos y las sombras oscuras gracias a la influencia del cine. En los años 50 Marilyn Monroe y Audrey Hepburn imponen la tendencia de labios definidos y delineado cat-eye. En los 70 llega la era del maquillaje natural y el boom de la industria cosmética. En los 80 hay una explosión de colores vibrantes y exceso de rubor. En los 90 regresa la tendencia de lo natural con tonos marrones y delineados sutiles

En la actualidad el maquillaje ha evolucionado con nuevas tecnologías fórmulas sostenibles y un enfoque en la diversidad e inclusión. Existen tendencias para todo tipo de estilos desde el no-makeup hasta looks llamativos con glitter y neón. Además se ha integrado el skincare en los productos dando lugar al concepto de maquillaje híbrido

La marca de maquillaje “Amika Beauty” es una marca celebra la belleza natural y la autoexpresión. Su enfoque es que el maquillaje sea tu mejor amigo: una herramienta para resaltar lo mejor de ti sin ocultar quién eres.

Las características a desarrollar en la identidad visual se basa en una paleta de colores rosa y morado, que representan creatividad, autenticidad y confianza. Con cada producto, busca inspirar a las personas a jugar, crear y brillar con su propio estilo.

### Nombre y Justificación

El nombre Amika proviene de la raíz latina “*amicus*”, que significa “amigo” o “amiga”. También tiene connotaciones en otros idiomas como el japonés, donde “Amika” puede interpretarse como “flor hermosa” o “niña amigable”.

Representa el maquillaje como un compañero cercano, una herramienta de expresión personal que resalta la belleza natural de cada persona. Además, transmite un mensaje de amistad, confianza y autenticidad, alineándose con el concepto de “sé tú misma, pero con un toque de magia”.

### Misión

Amika Beauty es una marca de maquillaje creada para acompañarte como tu mejor amiga, celebrando la belleza auténtica y la autoexpresión. Con una amplia gama de productos vibrantes y versátiles, nuestra marca invita a cada persona a experimentar, jugar y brillar, destacando lo mejor de sí misma. Nos enfocamos en ofrecer calidad, innovación e inclusión, fomentando la confianza y la creatividad en cada aplicación.

### Visión

Convertirse en una marca líder en el mercado juvenil de cosméticos, destacando por su enfoque inclusivo, vibrante y cercano, ofreciendo productos innovadores y accesibles para todos.

### Valores

**Autenticidad:** Creemos en la belleza única de cada persona.

**Diversión:** El maquillaje es un juego de creatividad y autoexpresión.

**Confianza:** Queremos que cada usuario se sienta seguro y cómodo con nuestros productos.

**Inclusión:** Maquillaje para todos, sin importar género, tono de piel o estilo personal.

**Innovación:** Nos mantenemos en constante evolución para ofrecer lo mejor.

## Antecedentes

Desde sus inicios, *Amika Beauty* nació con la convicción de que el maquillaje debía ser más que un simple producto cosmético; debía convertirse en un aliado, en un mejor amigo para quienes lo usan. La idea surgió a partir de la falta de marcas que promovieran la belleza como una forma de autoexpresión en lugar de un estándar impuesto. Durante años, la industria cosmética ha enfatizado la transformación y la corrección, dejando de lado la importancia de resaltar la esencia única de cada persona.

Con este propósito, *Amika Beauty* fue concebida como una marca cercana y accesible, que acompaña a sus consumidores en cada etapa de su vida sin imponerles la necesidad de cambiar. Su filosofía se basa en la autenticidad, la creatividad y el empoderamiento, transmitiendo el mensaje de que el maquillaje no es una máscara, sino una herramienta para jugar, explorar y realzar lo mejor de cada uno.

Desde entonces, la marca ha evolucionado hasta convertirse en una propuesta innovadora dentro del mundo de la belleza, ofreciendo productos que combinan calidad, color y significado. *Amika Beauty* no solo busca embellecer, sino inspirar confianza y celebrar la diversidad, recordándole a cada persona que su rostro es un lienzo lleno de posibilidades.

## Actualidad

Actualmente, *Amika Beauty* está en proceso de consolidación, definiendo su identidad visual y estrategias de mercado. Su propuesta de colores vibrantes y mensajes positivos la diferencian de otras marcas.

## Público Objetivo

Adolescentes y jóvenes adultos, entre 15 y 25 años, que buscan productos de maquillaje accesibles, divertidos y versátiles. Son personas creativas, activas en redes sociales y con una mentalidad abierta hacia la autoexpresión.

## Análisis de Competencia:

### Bissú Cosmetics

Marca mexicana reconocida por su amplia variedad de productos de belleza a precios accesibles, similar a Pink Up en términos de calidad y estilo.



### L'Oréal Paris

Multinacional francesa que ofrece una amplia gama de cosméticos de alta calidad, con presencia significativa en el mercado mexicano y una fuerte estrategia de marketing.



### Maybelline New York

Marca estadounidense que proporciona productos de belleza innovadores y accesibles, con una fuerte presencia en tiendas y plataformas en línea.

The logo for Maybelline New York, featuring the brand name in a clean, sans-serif font with "NEW YORK" in smaller letters underneath.

Revlon

Empresa estadounidense que ofrece una amplia gama de cosméticos y productos de cuidado personal, conocida por su calidad y variedad.

The logo for Revlon Professional, consisting of the word "REVLON" in a large, bold, serif font above the word "PROFESSIONAL" in a smaller, bold, sans-serif font, all contained within a black rectangular background.

Zermat

Marca mexicana que ofrece productos de belleza y cuidado personal, enfocada en la calidad y accesibilidad para el mercado mexicano.

The logo for Zermat, featuring the brand name in a lowercase, modern, sans-serif font.

Para destacar en este competitivo mercado, Pink Up debe enfocarse en mantener la calidad de sus productos, innovar constantemente y fortalecer su presencia en línea y en puntos de

venta físicos. Además, es esencial que la marca comprenda las preferencias y necesidades de sus clientes para ofrecer productos que se alineen con las tendencias actuales y futuras del mercado.

## Pink Up

Pink Up Cosmetics es una marca mexicana de cosméticos dedicada a crear productos para mujeres que aprecian la belleza, el color y las tendencias vanguardistas. Su amplia gama de productos refleja alta calidad, estilo y creatividad, con un compromiso hacia la satisfacción del cliente mediante la innovación y la oferta de productos en tendencia.



## Glossier

Marca estadounidense reconocida por su enfoque en el "no makeup makeup look", priorizando la belleza natural y una aplicación sencilla. Su identidad visual minimalista y su tono de comunicación amigable han construido una comunidad fuerte en redes sociales. Los productos son fáciles de usar y están diseñados para resaltar las características naturales de la piel. Sin embargo, sus precios son más elevados que los de marcas de drugstore y la disponibilidad fuera de Estados Unidos es limitada.

# ***Glossier.***



## Rare

## Beauty

Marca creada por Selena Gomez que promueve la autoaceptación y la salud mental a través de la belleza. Su identidad visual es delicada y femenina, con tonos suaves y empaques elegantes. Su tono de comunicación es empático e inclusivo, reforzando la idea de que el maquillaje es una herramienta para sentirse bien, no solo para verse bien. Aunque los productos son de alta calidad, algunos consumidores consideran que los precios son elevados.



## Benefit

Marca estadounidense conocida por su estilo retro y sus productos para cejas. Su tono de comunicación es juguetón y desenfadado, con mensajes divertidos y llamativos. La identidad visual se basa en colores vibrantes y empaques creativos. Es una marca reconocida globalmente, especialmente por sus productos para cejas, aunque algunos clientes consideran que los precios son altos en relación con la cantidad de producto.



Milk

Makeup

Marca vegana y cruelty-free dirigida a un público joven y urbano. Su identidad visual es moderna y minimalista, con tipografía bold y colores neutros. El enfoque de la marca es ofrecer productos multifuncionales que sean fáciles de aplicar y llevar. Aunque destaca por sus valores sostenibles, algunos consumidores consideran que los precios son elevados para la cantidad de producto ofrecida.



Ilia

Beauty

Marca de maquillaje "clean" que combina ingredientes naturales con tecnología moderna para ofrecer productos de alto rendimiento. Su identidad visual es sencilla y elegante, con tonos neutros y tipografía minimalista. La marca promueve el bienestar y la salud de la piel, pero algunos consumidores perciben que los precios son elevados y que la cobertura de algunos productos es ligera.



Tower

28

Marca "clean beauty" enfocada en pieles sensibles, ofreciendo productos hipoalergénicos y sin irritantes. La identidad visual es fresca y amigable, con tonos pastel y tipografía redondeada. Su tono de comunicación es relajado y accesible, destacando por su enfoque inclusivo. Aunque la marca ha ganado popularidad, algunos consumidores consideran que la gama de productos es limitada.

# TOWER 28

### 3.- Síntesis/Análisis

#### 1. Maquillaje

Producto cosmético utilizado para embellecer o modificar la apariencia del rostro y otras partes del cuerpo.

Representa creatividad, autoexpresión y transformación. También puede simbolizar seguridad, confianza y la libertad de mostrar distintas versiones de uno mismo.

#### 2. Belleza

Cualidad de una persona, objeto o paisaje que provoca placer o satisfacción estética.

Puede simbolizar armonía, equilibrio y admiración. También representa la subjetividad y la diversidad, ya que la belleza se percibe de distintas maneras.

#### 3. Naturaleza

Conjunto de elementos físicos y biológicos que conforman el entorno natural, como plantas, animales, montañas y ríos.

Representa vida, crecimiento, renovación y equilibrio. También puede simbolizar paz, libertad y conexión con uno mismo.

#### 4. Amistad

Relación afectiva entre dos o más personas basada en el cariño, el respeto y el apoyo mutuo.

Representa lealtad, confianza y acompañamiento. También simboliza alegría, unión y crecimiento personal compartido.

#### 5. Cercanía

Proximidad física o emocional entre personas, lugares o cosas.

Simboliza conexión, empatía y comprensión mutua. También puede representar apoyo incondicional y afecto genuino.

#### 6. Expresión

Manifestación de ideas, emociones o pensamientos a través del lenguaje verbal, corporal, artístico o visual.

Representa autenticidad, creatividad y libertad. También puede simbolizar valentía al mostrar sentimientos y perspectivas personales.

#### 7. Confianza

Creencia o seguridad en la fiabilidad, integridad o capacidad de una persona o cosa. Simboliza seguridad emocional, respeto mutuo y fortaleza en las relaciones. También representa apertura y vulnerabilidad compartida.

#### 8. Apoyo

Ayuda física, emocional o material brindada a alguien en momentos de necesidad. Representa solidaridad, compromiso y empatía. También simboliza la fortaleza de las relaciones y el valor de estar presente para los demás.

#### 9. Diversión

Actividad o situación que genera entretenimiento, alegría o satisfacción. Representa libertad, alegría y disfrute del momento presente. También puede simbolizar la importancia del equilibrio entre responsabilidad y placer.

#### 10. Autenticidad

Cualidad de ser genuino, verdadero o fiel a uno mismo. Simboliza libertad, aceptación y autoexpresión. También representa la valentía de mostrarse sin máscaras y vivir con honestidad.

#### 11. Inclusión

Acción de integrar o considerar a todas las personas sin importar sus diferencias. Representa equidad, respeto y diversidad. También simboliza la construcción de espacios seguros y la valoración de cada individuo.

#### 12. Compañero

Persona que comparte experiencias, actividades o momentos con otra.

Representa apoyo, lealtad y complicidad. También simboliza la construcción de recuerdos y el crecimiento mutuo.

### 13. Poder

Capacidad o facultad para influir, controlar o actuar en una situación o sobre otras personas. Representa fuerza interior, determinación y liderazgo. También puede simbolizar empoderamiento personal y la capacidad de generar cambios.

### 14. Versátil

Que tiene múltiples usos, funciones o habilidades.

Representa adaptabilidad, creatividad y flexibilidad. También simboliza la capacidad de reinventarse y afrontar desafíos.

### 15. Celebración

Acto de conmemorar o festejar un evento o logro.

Representa gratitud, alegría y unión. También simboliza la importancia de valorar los momentos significativos y compartirlos con los demás.

### 16. Inspiración

Estímulo o influencia que impulsa la creatividad o el deseo de realizar algo.


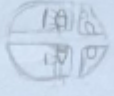






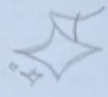



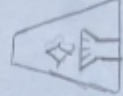
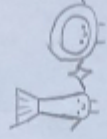



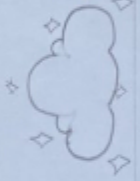

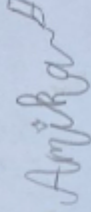


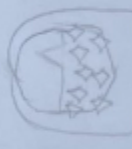
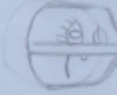


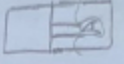
Representa pasión, admiración y creatividad. También simboliza el despertar de nuevas ideas y el deseo de superación personal.

### 17. Diversidad

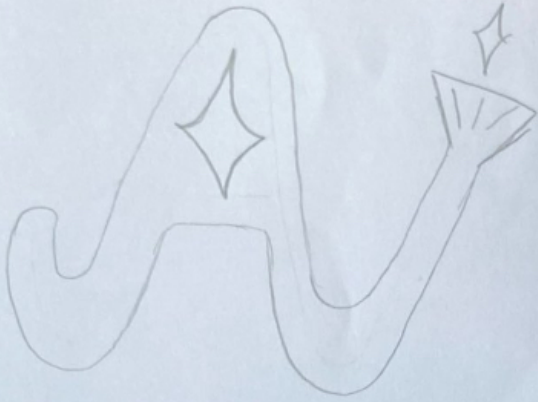
Conjunto de diferencias y particularidades entre personas, culturas, pensamientos o entornos.

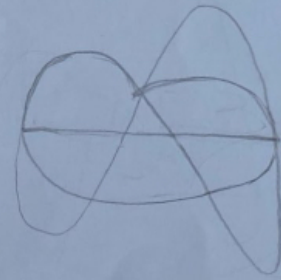
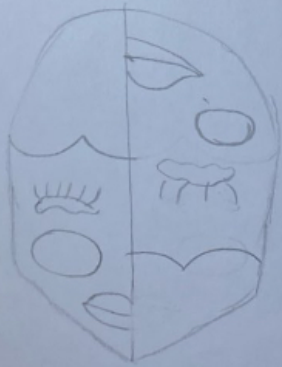
Representa inclusión, riqueza cultural y respeto. También simboliza la belleza de las diferencias y la importancia de valorar las distintas perspectivas.

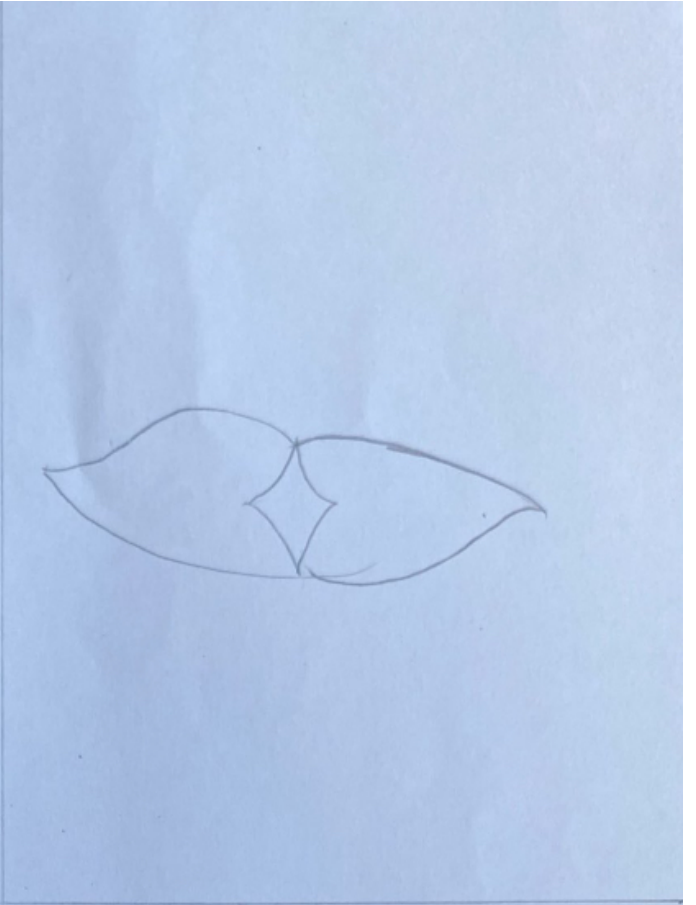
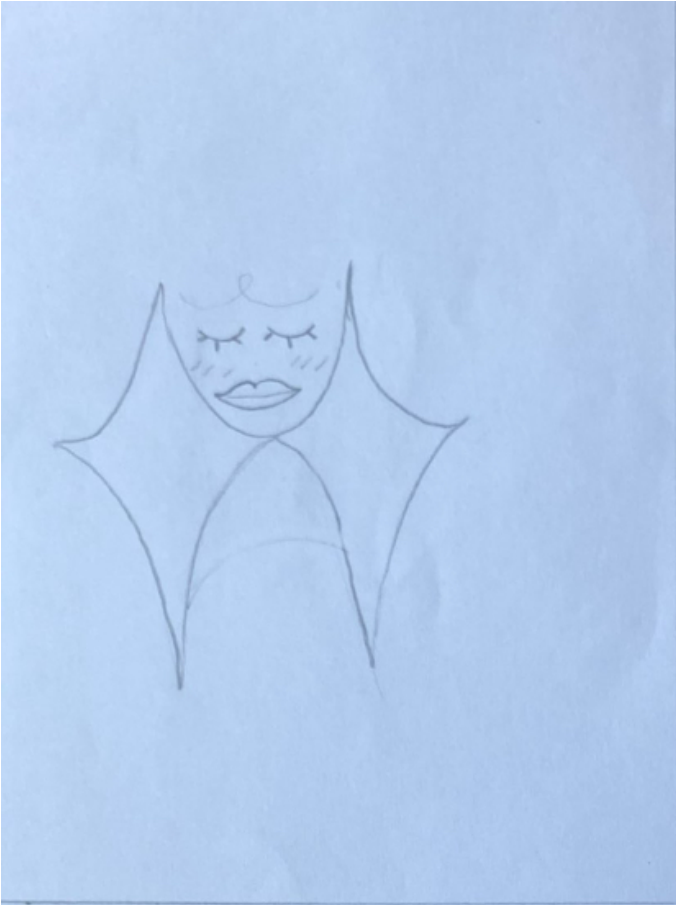
## 4.- Bocetaje

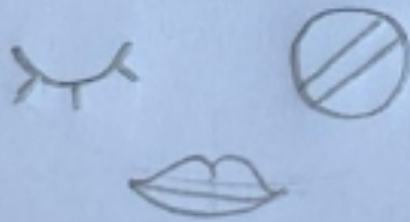
Maquillaje	Amistad	Cercanía	Diversión	Inclusión	Inspiración	Autenticidad
Belleza	Naturaleza	Expresión	Confianza	Poder		
						
						
						
						

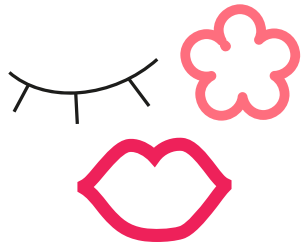
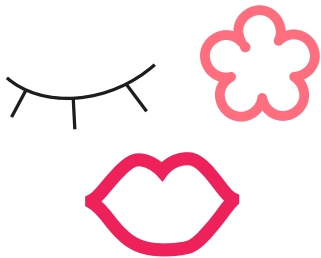
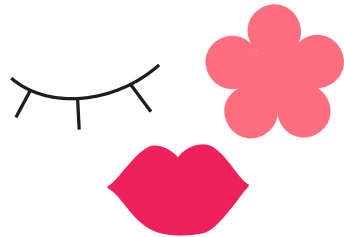
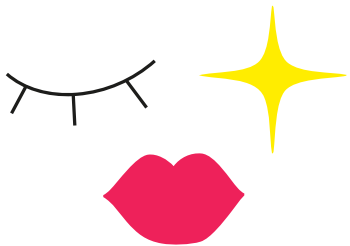
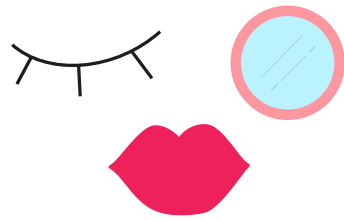
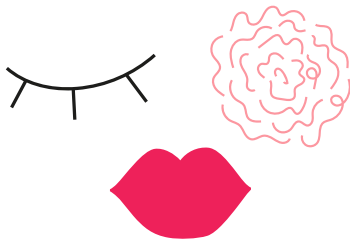
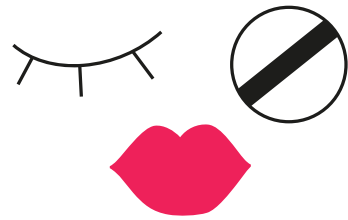
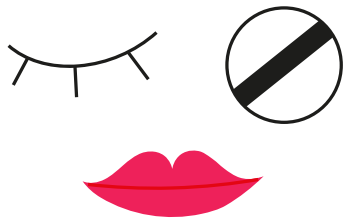


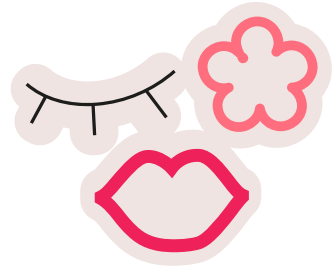
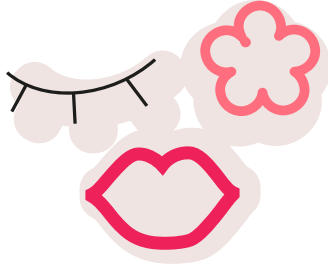
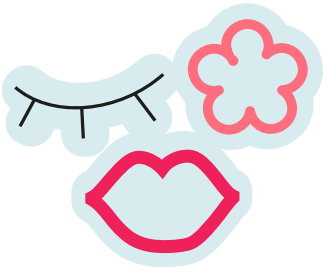












**Amika Beauty**

*Amika Beauty*

Amika Beauty

Amika Beauty

Amika Beauty

**AMIKA BEAUTY**

*Amika Beauty*

**Amika Beauty**

AMIKA BEAUTY

**Amika Beauty**

**AMIKA BEAUTY**

*Amika Beauty*

**AMIKA BEAUTY**

**AMIKA BEAUTY**

**Amika Beauty**

*AMIKA BEAUTY*

*Amika Beauty*

*Amika Beauty*

**Amika Beauty**

**Amika Beauty**



Amika Beauty

Amika Beauty

**Amika Beauty**

*Amika Beauty*


*Amika Beauty*

Amika Beauty

**AMIKA BEAUTY**

AMIKA BEAUTY

Amika Beauty

Amika  beauty

Amika  
  
Beauty

Amika  
  
Beauty

Amika  
  
Beauty

amika  
  
Beauty



amika



Beauty

## 5.- Justificación

Se diseñó la identidad visual de la marca de maquillaje *Amika Beauty*, una marca que celebra la belleza natural y la autoexpresión. Su enfoque es que el maquillaje sea tu mejor amigo: una herramienta para resaltar lo mejor de ti sin ocultar quién eres. La marca busca posicionarse como un aliado en la rutina de maquillaje de sus consumidores, promoviendo la autenticidad, la confianza y la creatividad.

La composición visual equilibra elementos gráficos que refuerzan la esencia de la marca, utilizando formas, colores y tipografías alineadas con su identidad juvenil y vibrante.

El imagotipo es una cara abstracta compuesta de unas pestañas, una flor y unos labios.

Los labios simbolizan el poder de la belleza como una forma de expresión personal. Las pestañas, asociadas con la feminidad y la seducción, aportan un toque de sofisticación y realzan la mirada de la marca, evocando protección y misterio. La flor morada refuerza la idea de que el maquillaje es una herramienta de cambio y expresión personal, ya que este color está vinculado a la creatividad, la espiritualidad y la transformación.

Estos elementos transmiten el mensaje de la marca: “Sé tú misma, pero con un toque de magia”. La disposición de los componentes guía la mirada de manera armoniosa, asegurando una identidad visual atractiva y memorable.

El nombre Amika proviene de la raíz latina “*amicus*”, que significa “amigo” o “amiga”. También tiene connotaciones en otros idiomas como el japonés, donde “Amika” puede interpretarse como “flor hermosa” o “niña amigable”.

Representa el maquillaje como un compañero cercano, una herramienta de expresión personal que resalta la belleza natural de cada persona. Además, transmite un mensaje de amistad, confianza y autenticidad.

Para la tipografía, se utilizó *Killman Regular*, una fuente con un estilo moderno y juvenil que aporta personalidad y dinamismo a la marca. Su estructura fluida y amigable complementa la esencia de *Amika Beauty*, asegurando una comunicación clara y accesible para su público objetivo.

En cuanto a la paleta de colores se eligieron los colores rosa, morado y negro.

El rosa representa amor, dulzura y feminidad, transmitiendo cercanía y calidez.

El morado, asociado con la creatividad y la transformación, aporta profundidad y originalidad a la marca.

El negro simboliza elegancia y sofisticación, brindando contraste y equilibrio visual al diseño.

La identidad visual de *Amika Beauty* no solo busca atraer a su público objetivo, sino también generar una conexión emocional con ellos, transmitiendo valores de confianza, autenticidad e innovación. A través de su diseño, la marca se establece como un referente de belleza sin reglas, donde cada persona puede jugar, crear y brillar con su propio estilo.



## 7.- Aplicación en Redes Sociales







Tu mejor amigo en belleza