

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°

2

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

FLOW BARBER CLUB

INTEGRANTES:

Montaño Sosa Ariane REG.:224036211

Balboa Pabón Nubia Andrea REG.:224034324

Godoy Alá Aldo Cristhian REG.:220019622

Cadima Mendoza Brandon Paul REG.:222085861

Perca Flores Moisés REG.:221013202

DOCENTE GUÍA:

P. hD. Arandia Orellana Rosa Lía

ORGANIZA:



APOYAN:



INDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. RESUMEN EJECUTIVO

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL EMPRENDIMIENTO

4. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

4.1 Misión

4.2 Visión

4.3 Objetivo General

4.4 Objetivos Específicos

4.5 Prioridades del Negocio

4.6 Valores de la Empresa

4.7 Sistemas del Negocio

4.8 Descripción Breve de la Empresa

4.9 Meta a 1 Año

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Tamaño y Alcance del Mercado

5.2 Perfil del Cliente

5.2.1 Cliente Común

5.2.2 Cliente Empresarial

5.3 Hábitos del Consumidor

5.4 Análisis de Competencia

5.5 Oportunidad de Mercado

6. PLAN DE MARKETING

6.1 Posicionamiento de la marca

6.2 Estrategia de captación de clientes

6.3 Estrategia de precios

6.4 Portafolio de servicios

6.5 Canales digitales de comunicación

6.6 Promociones iniciales

6.7 Diferenciación

7. PLAN OPERATIVO

- 7.1 Funcionamiento del servicio
- 7.2 Horarios de atención
- 7.3 Estructura Organizativa de la Microempresa
- 7.4 Gestión del Talento Humano y Roles del Personal
- 7.5 Organización del personal
- 7.6 Logística del servicio a domicilio
- 7.7 Materiales y operación diaria
- 7.8 Sistema de atención
- 7.9 Recursos necesarios
- 7.10 Gestión de Proveedores Estratégicos

8. ANÁLISIS FODA DE FLOW BARBER CLUB

- 8.1 Fortalezas (Factores internos positivos)
- 8.2 Debilidades (Factores internos negativos)
- 8.3 Oportunidades (Factores externos positivos)
- 8.4 Amenazas (Factores externos negativos)
- 8.5 Conclusión del FODA y transición al siguiente análisis

9. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

- 9.1 Competencia directa
- 9.2 Competencia indirecta
- 9.3 Ventaja competitiva de FLOW BARBER CLUB
- 9.4 Conclusión del análisis de competencia

10. PLAN FINANCIERO

- 10.1 Inversión inicial
- 10.2 Costos operativos mensuales
- 10.3 Tiempos por servicio
 - 10.3.1 Cuadro de tiempos
- 10.4 Precios del servicio (local vs domicilio)
- 10.5 Proyección de clientes
- 10.6 Ingresos estimados
- 10.7 Punto de equilibrio
- 10.8 Conclusión financiera

10.9 Resumen de viabilidad financiera

11. IDENTIDAD DEL NEGOCIO

11.1 Eslogan principal

11.2 Eslóganes secundarios

11.3 Identidad visual (Concepto de Logo)

11.4 Colores corporativos

11.5 Propuesta de valor

11.6 Identidad de marca

12. CONCLUSIONES GENERALES

13. RECOMENDACIONES

14. BIBLIOGRAFÍA

15. ANEXOS

15.1 Imágenes referenciales

15.2 Diseño de logo

15.3 Catálogo de servicios

15.4 Publicidad para redes sociales

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la imagen personal y el cuidado estético masculino han adquirido una gran importancia dentro de la sociedad, generando una creciente demanda de servicios de barbería modernos, rápidos y de calidad. Sin embargo, a pesar del crecimiento del rubro, aún existen diversas deficiencias dentro del mercado, tales como la demora excesiva en la atención, la falta de compromiso en los detalles del servicio, la atención mecanizada, largas filas de espera, precios elevados que no justifican la calidad ofrecida y una limitada oferta de barberías con servicio a domicilio realmente eficiente y profesional.

A partir de esta realidad nace FLOW BARBER CLUB, un emprendimiento orientado a la creación de una barbería híbrida que combina la atención en un local físico con servicios a domicilio o bajo pedido, adaptándose a las necesidades, horarios y comodidad de cada cliente. La idea surge gracias a la experiencia adquirida durante años de trabajo dentro del rubro de la barbería, permitiendo identificar errores frecuentes en la atención tradicional y desarrollar una propuesta basada en rapidez, calidad, comodidad y atención personalizada.

La motivación principal para la creación de FLOW BARBER CLUB es la intención de aplicar conocimientos, experiencia y técnicas de trabajo optimizadas para brindar un servicio más eficiente y profesional. A lo largo de los años se perfeccionaron aspectos fundamentales como la velocidad en la ejecución de los cortes, la precisión en los detalles, la comodidad del cliente durante y después del servicio, así como una mejor organización y trato personalizado. Además, surge el deseo de construir una marca propia con una identidad, esencia y exigencia laboral diferenciada dentro del mercado.

FLOW BARBER CLUB busca ofrecer mucho más que un simple corte de cabello, ya que pretende convertirse en una experiencia de atención moderna y personalizada, enfocada en la comodidad del cliente. Uno de sus principales diferenciadores es el servicio a domicilio, el cual permitirá que las personas puedan recibir atención profesional en la comodidad de su hogar, oficina o lugar de preferencia, manteniendo los mismos estándares de calidad, higiene y profesionalismo que en el local físico.

Asimismo, el proyecto busca posicionarse como una marca reconocida por su compromiso, puntualidad, seriedad y calidad en la creación de la imagen personal de sus clientes. A largo plazo, se proyecta consolidar FLOW BARBER CLUB como una empresa líder en el rubro,

con posibilidades de expansión mediante nuevas sucursales y la incorporación de personal capacitado que comparta la misma filosofía de trabajo y atención.

El presente proyecto de emprendimiento tiene como finalidad desarrollar y demostrar la viabilidad comercial, operativa y financiera de FLOW BARBER CLUB, mediante un análisis estratégico, estudio de mercado, plan de marketing, organización operativa y proyecciones financieras que permitan establecer bases sólidas para el crecimiento y posicionamiento de la empresa dentro del mercado de barberías.

2. RESUMEN EJECUTIVO

FLOW BARBER CLUB es un emprendimiento dedicado a la prestación de servicios de barbería profesional bajo un modelo híbrido que combina la atención en un local físico y el servicio a domicilio. El negocio se encuentra ubicado en el departamento de Santa Cruz, ciudad de Santa Cruz de la Sierra, específicamente en el 6to anillo, barrio Roca y Coronado, sobre avenida principal, contando con amplio garaje que facilita tanto la atención en el local como la logística para el servicio delivery.

El emprendimiento iniciará sus operaciones con dos barberos profesionales, ofreciendo servicios de corte de cabello, arreglo de barba, afeitado y diseños personalizados. Desde su inicio, el negocio funcionará con ambas modalidades de atención (local y domicilio) en igualdad de condiciones, permitiendo al cliente elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades de tiempo y comodidad.

Los servicios más demandados proyectados dentro del mercado objetivo son el Fade (degradado), corte moderno y corte con barba, debido a las tendencias actuales en estilo masculino. El principal enfoque de la marca se basa en la rapidez, calidad, comodidad, servicio a domicilio, atención personalizada y precios accesibles, elementos que permiten diferenciar a FLOW BARBER CLUB dentro del mercado competitivo de barberías.

El modelo de negocio busca posicionarse como una marca innovadora dentro del rubro, aprovechando la creciente demanda de servicios personalizados y la falta de barberías con atención a domicilio eficiente. Asimismo, se proyecta un crecimiento sostenido que permitirá la expansión de la marca a largo plazo, con la apertura de hasta cuatro sucursales dentro de la

ciudad de Santa Cruz, una vez que la empresa logre consolidarse y posicionarse en el mercado.

En cuanto a la proyección financiera, se estima una evolución progresiva de clientes e ingresos según el nivel de posicionamiento del negocio:

Proyección financiera estimada

Etapas	Cientes mensuales	Ingresos estimados (Bs.)	Costos (Bs.)	Resultado
Etapas inicial	78 clientes	3.120 Bs.	5.270 Bs.	-2.150 Bs. (déficit)
Escenario realista	169 clientes	6.760 Bs.	5.270 Bs.	+1.490 Bs. (ganancia)
Escenario optimista	325 clientes	13.000 Bs.	5.270 Bs.	+7.730 Bs. (ganancia)

Estos resultados reflejan que el emprendimiento presenta una etapa inicial de inversión y posicionamiento, la cual es común en nuevos negocios. Sin embargo, a medida que la marca se consolida en el mercado, FLOW BARBER CLUB alcanza su punto de equilibrio y posteriormente genera utilidades sostenidas, demostrando su viabilidad económica y potencial de crecimiento.

En conclusión, FLOW BARBER CLUB se presenta como un emprendimiento rentable, innovador y con alto potencial de expansión, basado en un modelo de atención flexible que responde a las necesidades actuales del cliente moderno, combinando calidad, rapidez y comodidad en un solo servicio.

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL EMPRENDIMIENTO

FLOW BARBER CLUB es una microempresa y emprendimiento independiente orientado a la prestación de servicios de barbería profesional, combinando dos modalidades de atención: servicio en local físico y servicio a domicilio. Esta estructura híbrida permite adaptarse a las necesidades actuales del mercado, ofreciendo comodidad, flexibilidad y eficiencia en la atención al cliente.

El emprendimiento se encuentra diseñado bajo el nombre comercial:

FLOW BARBER CLUB (club de barbería)

(Barbería con atención en local y servicio a domicilio)

manteniendo su identidad de marca enfocada en la modernidad, el estilo y la profesionalidad. Su objetivo principal es posicionarse dentro del sector de barberías como una alternativa innovadora que responda a las exigencias del cliente actual.

El estilo del local estará basado en una estética moderna, minimalista y elegante, evitando lo recargado y priorizando una imagen limpia y profesional. Este diseño busca transmitir una sensación de orden, calidad y confianza, reforzando la identidad de la marca dentro del rubro de la barbería.

El ambiente del servicio estará orientado a generar una experiencia para el cliente que combine rapidez, comodidad y exclusividad. FLOW BARBER CLUB busca que cada cliente perciba un entorno relajado, juvenil y Premium, donde la atención no solo se centre en el corte de cabello, sino también en la experiencia completa del servicio.

La propuesta de valor del emprendimiento se resume en la siguiente idea diferenciadora: “barbería híbrida con servicio rápido y a domicilio con calidad profesional”, lo cual representa el enfoque principal del negocio y su principal ventaja competitiva frente a otras barberías tradicionales.

En una primera etapa de funcionamiento, el local contará con servicios básicos como atención profesional y un ambiente cómodo con música ambiental, manteniendo un enfoque funcional y eficiente. Elementos adicionales como conexión Wifi o áreas de espera ampliadas se proyectan como mejoras futuras, a medida que el negocio incremente su rentabilidad y consolidación en el mercado.

En conjunto, FLOW BARBER CLUB se establece como una microempresa moderna, flexible y orientada al cliente, cuyo objetivo es brindar servicios de barbería de alta calidad tanto en local como a domicilio, adaptándose a las nuevas tendencias de consumo y a las necesidades de comodidad y personalización del usuario actual. El proyecto está orientado a la creación de una **barbería híbrida**, que combina la atención en un local físico con servicios

a domicilio o bajo pedido. Esta propuesta busca brindar comodidad, personalización y ahorro de tiempo al cliente, adaptándose a sus necesidades y disponibilidad.

4. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

4.1 MISIÓN

Nuestra misión es ofrecer servicios de barbería profesional tanto en nuestro local como a domicilio, brindando comodidad, puntualidad y atención personalizada. Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante estilos modernos y clásicos, con altos estándares de higiene, calidad y trato amable, todo esto a precios accesibles.

4.2 VISIÓN

FLOW BARBER CLUB busca convertirse en una empresa líder en servicios de barbería a nivel departamental, destacándose por su innovación, calidad y atención personalizada, con miras a expandirse a nivel nacional mediante una red de barberos profesionales.

4.3 OBJETIVO GENERAL

El objetivo de la empresa es posicionar nuestra marca ***“FLOW BARBER CLUB”*** como una de las principales opciones de barbería en el mercado, destacándose por su modalidad flexible de atención tanto en local como a domicilio(delivery).

4.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Captar al menos 80 clientes durante los primeros 2 meses.
- Alcanzar 1.000 seguidores en redes sociales durante el primer semestre, Para posicionar la marca.
- Alcanzar el punto de equilibrio financiero.
- Expandir progresivamente el servicio a domicilio dentro de la ciudad.

4.5 PRIORIDADES DEL NEGOCIO

- Servicio a domicilio eficiente (delivery)
- Rapidez, calidad y comodidad
- Precios accesibles

- Atención personalizada

4.6 VALORES DE LA EMPRESA

Responsabilidad, puntualidad, higiene, respeto, compromiso y profesionalismo.

4.7 SISTEMAS DEL NEGOCIO

Se implementarán los siguientes sistemas:

- **Sistema de servicio a domicilio**

Se desarrollará un sistema de reservas mediante llamadas, redes sociales y aplicaciones de mensajería como WhatsApp, donde el cliente podrá solicitar el servicio según su disponibilidad de tiempo y ubicación. Este sistema priorizará la puntualidad, la organización de rutas y la eficiencia en la atención.

- **Sistema de calidad y capacitación**

Se capacitará constantemente al personal en tendencias actuales de cortes, técnicas de barbería, higiene y atención al cliente. Además, se utilizarán herramientas profesionales y productos de alta calidad para garantizar resultados óptimos en cada servicio.

- **Sistema de atención al cliente**

Se implementará un modelo de atención basado en la personalización del servicio, escuchando las preferencias del cliente, asesorándolo en estilos y cuidando cada detalle desde la llegada hasta la finalización del servicio.

4.8 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA

FLOW BARBER CLUB es una barbería híbrida especializada en servicios de cuidado personal masculino, que combina atención en local físico y servicio a domicilio.

Ofrece cortes de cabello, arreglo de barba, afeitado clásico, diseños personalizados y servicios Premium como perfilado y tratamientos capilares.

Su principal enfoque es brindar una experiencia moderna basada en comodidad, rapidez y calidad profesional, adaptándose a las necesidades del cliente en su hogar, trabajo o en el establecimiento.

4.9 META A 1 AÑO

Consolidarse como una barbería reconocida en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, logrando una clientela estable y fortaleciendo el posicionamiento de la marca en el mercado.

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 TAMAÑO Y ALCANCE DEL MERCADO

El mercado objetivo de FLOW BARBER CLUB se concentra inicialmente en zonas cercanas al 6to anillo de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, priorizando el barrio base y los distritos 9, 10, 11 y 12, debido a la cercanía y facilidad de desplazamiento.

A mediano plazo, el negocio tiene como objetivo expandirse hacia toda la ciudad, considerando un mercado de alto potencial de crecimiento si es gestionado de manera eficiente, especialmente por la demanda constante de servicios de barbería tanto en local como a domicilio.

5.2 PERFIL DEL CLIENTE

El cliente objetivo de FLOW BARBER CLUB se clasifica en dos segmentos principales:

5.2.1 CLIENTE COMÚN

En este segmento encontramos clientes con un poder adquisitivo medio, con edades comprendidas entre los 15 y 65 años, que buscan y valoran la practicidad, comodidad y buen servicio ya sea en el local o a domicilio.

Se clasifican en:

- **Jóvenes:** interesados en tendencias, estilos modernos y cortes personalizados, que buscan rapidez y flexibilidad en la atención.
- **Adultos:** clientes que prefieren cortes clásicos, elegantes y servicios eficientes, ya sea en el local o mediante servicio a domicilio.

- **Profesionales ocupados:** personas con poco tiempo disponible que priorizan el servicio a domicilio para optimizar su agenda.
- **Padres de familia:** que buscan comodidad para atenderse junto a sus hijos, aprovechando el servicio en el local o domicilio para mayor facilidad.

5.2.2 CLIENTE EMPRESARIAL

Este segmento incluye clientes con mayor poder adquisitivo y necesidades específicas, que requieren servicios de barbería personalizados, muchas veces en modalidad a domicilio o en eventos, como:

- **Oficinas y empresas:** servicios para ejecutivos, jornadas de cuidado personal o eventos corporativos.
- **Hoteles:** atención a huéspedes que solicitan servicios de barbería en el lugar de hospedaje.
- **Centros de eventos:** servicios para bodas, fiestas o sesiones fotográficas.
- **Productoras o agencias:** cuidado de imagen para modelos, artistas o presentadores.

5.3 HÁBITOS DEL CONSUMIDOR

Los clientes potenciales utilizan principalmente redes sociales como TikTok, Instagram, Facebook y WhatsApp, siendo estas plataformas los principales canales de comunicación, promoción y reserva de servicios.

El comportamiento del cliente muestra preferencia tanto por la atención en local como por el servicio a domicilio, dependiendo de su disponibilidad, tiempo y comodidad.

5.4 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

En la zona de influencia del negocio se identifican aproximadamente dos barberías principales cercanas, ubicadas alrededor del 5to anillo, lo que las sitúa a una distancia considerable del área objetivo.

Estas barberías presentan características como:

- Precios más bajos
- Atención tradicional

- Mayor tiempo de espera
- Alta saturación en horarios pico

Esto representa una oportunidad de diferenciación para FLOW BARBER CLUB mediante un servicio más rápido, moderno y flexible.

5.5 OPORTUNIDAD DE MERCADO

El modelo de barbería híbrida representa una oportunidad importante en el mercado local, debido a la creciente demanda de servicios personalizados y a domicilio.

El servicio a domicilio permite al cliente recibir atención en un entorno cómodo y seguro, reduciendo la necesidad de desplazamiento y optimizando su tiempo.

Además, existe una baja oferta de barberías que integren de forma profesional el modelo híbrido (local + domicilio), lo que posiciona a FLOW BARBER CLUB con una ventaja competitiva clara y sostenible en el mercado local.

6. PLAN DE MARKETING

6.1 Posicionamiento de la marca

FLOW BARBER CLUB se posicionará en el mercado como una barbería moderna, accesible y eficiente, reconocida principalmente por su rapidez, economía y servicio a domicilio.

La marca busca ser recordada por ofrecer una experiencia basada en tres pilares fundamentales: **comodidad, rapidez y calidad**, destacándose especialmente por su servicio de atención rápida a domicilio, adaptado a las necesidades del cliente.

6.2 Estrategia de captación de clientes

La principal estrategia de captación de clientes será digital y directa, utilizando:

- Redes sociales (TikTok, Instagram y Facebook) para la promoción de cortes, tendencias y resultados.
- WhatsApp como canal principal de reservas y consultas.
- Referidos (boca a boca), incentivando a los clientes actuales a recomendar el servicio.

- Promoción del servicio a domicilio mediante contenido en video que muestre la rapidez y eficiencia del servicio.
- Alianzas estratégicas con hoteles, empresas y clientes corporativos.

6.3 Estrategia de precios

El modelo de precios de FLOW BARBER CLUB estará orientado a un segmento de mercado medio, buscando mantener accesibilidad sin comprometer la rentabilidad del servicio.

Se aplicará:

- Precios según tipo de servicio.
- Ajuste de precio según distancia en el servicio a domicilio.
- Creación de combos (por ejemplo: corte + barba + servicio a domicilio).

Este enfoque permite mantener competitividad sin perder rentabilidad.

6.4 Portafolio de servicios

Servicios ofrecidos por FLOW BARBER CLUB:

- Corte clásico
- Fade (degradado)
- Corte juvenil/moderno
- Corte + barba
- Afeitado clásico
- Diseños personalizados
- Perfilado de ceja
- Servicios Premium (incluye asesoramiento y acabado especial)

6.5 Canales digitales de comunicación

Se utilizarán las siguientes plataformas como principales medios de comunicación y promoción:

- TikTok (contenido viral y demostración de cortes)
- Instagram (portafolio visual y branding)

- Facebook (alcance general y publicidad local)
- WhatsApp (principal canal de atención, reservas y consultas)

Estas plataformas permitirán captar clientes, fidelizarlos y mantener comunicación directa.

6.6 Promociones iniciales

Para la etapa de lanzamiento se aplicarán las siguientes promociones:

- 5% de descuento en el primer corte en cualquier estilo.
- 10% de descuento por combos familiares (múltiples cortes en una misma familia).
- 20% de descuento por sistema de referidos.
- 15% de descuento por servicio a domicilio en zonas cercanas.

Estas promociones tienen como objetivo acelerar la captación de clientes en la etapa inicial del emprendimiento y fortalecer el posicionamiento de la marca en el mercado local.

6.7 Diferenciación

El principal factor diferencial de FLOW BARBER CLUB será la combinación de rapidez y calidad en cada servicio, tanto en local como a domicilio.

La barbería se enfocará en ofrecer una experiencia eficiente, moderna y profesional, garantizando tiempos reducidos sin afectar la calidad del resultado final.

Sus principales ventajas son:

- Servicio de barbería en **local y a domicilio**, brindando mayor comodidad al cliente
- **Atención personalizada** según el estilo y preferencia del cliente
- **Ahorro de tiempo** mediante servicio flexible
- Uso de herramientas y productos profesionales
- **Adaptación** a los horarios y necesidades del cliente.

7. PLAN OPERATIVO

7.1 Funcionamiento del servicio

El servicio de FLOW BARBER CLUB se desarrollará bajo un modelo híbrido, combinando atención en local físico y servicio a domicilio según la preferencia del cliente.

El proceso de atención será el siguiente:

1. El cliente realiza la reserva mediante redes sociales o WhatsApp.
2. Se agenda la cita según disponibilidad y modalidad del servicio (local o domicilio).
3. En caso de servicio a domicilio, se confirma la ubicación del cliente.
4. Se asigna el barbero disponible según organización interna.
5. Se realiza el servicio solicitado en local o en el domicilio.
6. Se finaliza el servicio con recomendaciones de cuidado y seguimiento al cliente.

7.2 Horarios de atención

- Horario de atención: **09:00 a 21:00 horas**
- Días de atención: **7 días a la semana (inicio del negocio)**

Posteriormente, cuando el negocio crezca, se implementará un sistema de rotación de descanso para los barberos.

El servicio a domicilio tendrá el mismo horario que el local.

7.3 Estructura Organizativa de la Microempresa

FLOW BARBER CLUB opera bajo una estructura organizativa lineal y simplificada, diseñada para optimizar los flujos de comunicación y la toma de decisiones rápidas dentro de una microempresa. Al ser un negocio que arranca con tres integrantes iniciales, la jerarquía administrativa se divide en dos niveles operativos: un nivel de Gestión y Administración General, a cargo del propietario o administrador del proyecto, y un nivel Técnico Operativo, compuesto por los dos barberos profesionales.

7.4 Gestión del Talento Humano y Roles del Personal

La distribución de responsabilidades y la asignación de roles técnicos para el correcto funcionamiento de las actividades del club se define a continuación:

- **Administrador General (Propietario):** Responsable de la gestión financiera, compra y control del inventario de insumos cosméticos, atención de la plataforma digital de reserva de citas (WhatsApp Business/Instagram), coordinación logística para la asignación de rutas del servicio a domicilio, y desarrollo de las estrategias de marketing en redes sociales.
- **Barberos Profesionales (2 puestos técnicos):** Responsables directos de la ejecución técnica de los servicios estéticos (cortes de cabello, perfilados de barba y tratamientos faciales) detallados en el catálogo de la empresa. Tienen la obligación de mantener limpios y esterilizados sus herramientas de trabajo antes y después de cada cliente, brindar una atención al cliente de alta calidad (tanto en el local como a domicilio), y velar por el cuidado de los equipos asignados (maquinarias VGR). Su esquema de compensación estará basado en un sueldo fijo mensual base más un porcentaje de comisión por servicio ejecutado a domicilio para incentivar la productividad.

7.5 Organización del personal

El negocio iniciará con **2 barberos**, quienes:

- Rotarán entre atención en local y servicio a domicilio.
- No tendrán roles fijos al inicio.

En una etapa futura, cuando el negocio se consolide:

- Se incorporará un tercer barbero o personal encargado de reservas y coordinación de citas.

7.6 Logística del servicio a domicilio

El traslado para el servicio a domicilio se realizará principalmente en **motocicleta o vehículo propio** del personal.

- En etapa inicial se priorizará el uso de motocicleta por eficiencia.
- Los costos de combustible serán asumidos según la demanda del servicio a domicilio.

Costo adicional por distancia:

- Entre 5to y 6to anillo: recargo de **5 a 10 Bs**

- Zonas alejadas (ej. zona norte): recargo de hasta **15 Bs** dependiendo del tiempo de traslado

7.7 Materiales y operación diaria

- Cada barbero contará con su **kit personal de trabajo**, evitando compartir herramientas para mantener higiene y orden.
- La compra y reposición de productos (shampoo, gel, cera, lociones, desinfectantes) será gestionada por la administración del negocio según necesidad operativa.
- Se aplicarán protocolos de higiene estrictos, realizando desinfección de herramientas después de cada servicio, garantizando seguridad y cuidado del cliente.

7.8 Sistema de atención

- El sistema de atención será inicialmente por **orden de llegada en el local**.
- El servicio a domicilio se organizará según disponibilidad y cercanía.
- Ambos servicios tendrán la misma prioridad operativa al inicio.

En el futuro, cuando la demanda aumente:

- Se asignará personal exclusivo para servicio a domicilio.
- Se mejorará la gestión de reservas.

7.9 Recursos necesarios

- Equipos de barbería
- Tijeras profesionales
- Navajas y peines
- Productos para acabados (gel, cera, lociones)
- Kit de desinfección
- Transporte (motocicleta o vehículo para servicio a domicilio)

7.10 Gestión de Proveedores Estratégicos

Para garantizar la continuidad operativa de **FLOW BARBER CLUB** y mantener los estándares de calidad en el servicio (tanto en el local físico como en la modalidad a

domicilio), se ha establecido una red de proveedores clave en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Los proveedores se clasifican en dos categorías principales:

1. **Proveedores de Equipamiento y Herramientas (Activos Fijos):** La adquisición inicial y la reposición de maquinaria profesional (Clippers, Trimmers y Shavers de la marca VGR, secadoras y tijeras de precisión) se realizará a través de importadores directos ubicados en el **Mercado Chiriguano** y comerciales especializados en el **Zonal Chiriguano**. Estos proveedores garantizan el acceso a repuestos técnicos y servicio técnico inmediato en caso de fallas mecánicas.
2. **Proveedores de Insumos Desechables y Cosméticos (Gasto Corriente):** El abastecimiento mensual de productos de alta rotación (como gel para afeitar, pomadas modeladoras, lociones post-barba, papel cuello, alcohol en gel, toallas desechables y navajas de un solo uso) se gestionará con distribuidores mayoristas de las zonas comerciales de **Los Pozos** y **La Ramada**. Se mantendrá un contrato de compra preferencial para asegurar precios de preventa y un stock de reserva equivalente a 15 días de operación, evitando la escasez de materiales durante los días de alta demanda (fines de semana).

8. ANÁLISIS FODA DE FLOW BARBER CLUB

8.1 Fortalezas (Factores internos positivos)

FLOW BARBER CLUB cuenta con una base sólida para su inicio en el mercado de barbería, destacando principalmente:

- Experiencia de 4 años en el rubro de la barbería, lo que garantiza dominio técnico y conocimiento de tendencias actuales.
- Alto nivel de detalle en los cortes, priorizando acabados limpios, precisos y personalizados.
- Clientela inicial conformada por conocidos, amigos y familiares, lo que permite generar ingresos desde el inicio.
- Ubicación estratégica en el 6to anillo, barrio Roca y Coronado, en un espacio funcional de 4x4 metros.
- Modelo híbrido de atención (local + servicio a domicilio), que incrementa la comodidad del cliente.
- Equipamiento profesional propio para la realización de servicios.
- Uso de redes sociales como herramienta de promoción y posicionamiento de marca.

8.2 Debilidades (Factores internos negativos)

El emprendimiento también presenta ciertas limitaciones propias de su etapa inicial:

- Baja cartera de clientes al inicio, lo que requiere tiempo de posicionamiento.
- Necesidad de mayor inversión en publicidad digital para aumentar el reconocimiento de la marca.
- Capacidad operativa limitada a dos barberos en la fase inicial.
- Dependencia del crecimiento en redes sociales para la captación de nuevos clientes.
- Limitaciones en el servicio a domicilio cuando el cliente se encuentra fuera del rango cercano, generando mayor tiempo de traslado.

8.3 Oportunidades (Factores externos positivos)

El entorno del mercado presenta condiciones favorables para el crecimiento del negocio:

- Alta demanda de servicios de barbería en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.
- Tendencia creciente hacia estilos modernos como Fade, diseños y cortes personalizados.
- Escasa oferta de barberías con servicio a domicilio profesional y organizado.
- Alto uso de redes sociales (TikTok, Instagram y Facebook) para la búsqueda de servicios de barbería.
- Posibilidad de expansión hacia clientes corporativos como empresas, hoteles y eventos.
- Preferencia creciente por servicios rápidos, personalizados y con ahorro de tiempo.

8.4 Amenazas (Factores externos negativos)

El emprendimiento enfrenta también ciertos riesgos del entorno:

- Existencia de barberías ya posicionadas con mayor reconocimiento de marca.
- Presencia de barberos informales con precios más bajos.
- Competencia activa en redes sociales con mayor número de seguidores y contenido.
- Incremento en el costo de insumos de barbería y productos de trabajo.
- Variación en costos de transporte que afecta el servicio a domicilio.
- Alta competencia en horarios pico dentro del rubro.

8.5 Conclusión del FODA y transición al siguiente análisis

El análisis FODA permite identificar tanto las condiciones internas como externas del emprendimiento, destacando que FLOW BARBER CLUB posee ventajas importantes en cuanto a su modelo híbrido de atención, experiencia en el rubro y ubicación estratégica. Sin embargo, también evidencia la presencia de un entorno competitivo en crecimiento, especialmente en lo relacionado con barberías ya posicionadas y servicios informales de bajo costo.

En este sentido, el siguiente apartado de Análisis de Competencia profundiza en el entorno externo del mercado, identificando de manera más específica a los competidores directos e indirectos, así como las ventajas diferenciadoras que permiten a FLOW BARBER CLUB posicionarse de manera competitiva dentro del sector.

9. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

En el mercado local existen diversas barberías que ofrecen servicios de corte de cabello y cuidado personal, principalmente enfocadas en atención presencial en establecimiento físico. Sin embargo, la mayoría de estos negocios no cuentan con servicio a domicilio, lo que representa una oportunidad de diferenciación para FLOW BARBER CLUB.

El análisis de competencia permite identificar el tipo de servicios existentes en el mercado y las limitaciones que presentan, con el objetivo de establecer estrategias competitivas más sólidas para el emprendimiento.

9.1 Competencia directa

Se consideran competencia directa aquellas barberías que operan en la misma zona y ofrecen servicios similares, tales como cortes de cabello, arreglo de barba y afeitado clásico. Estas barberías suelen caracterizarse por:

- Atención únicamente en local físico
- Precios competitivos según el mercado local
- Servicios tradicionales de barbería
- En algunos casos, alta demanda en horarios pico

Sin embargo, presentan limitaciones como la falta de flexibilidad en horarios y la ausencia de atención personalizada fuera del establecimiento.

9.2 Competencia indirecta

La competencia indirecta está conformada por servicios alternativos de barbería que no pertenecen a negocios formales estructurados, pero que satisfacen la misma necesidad del cliente.

Dentro de este grupo se encuentran:

- Barberos independientes que ofrecen servicio a domicilio
- Cortes informales realizados en domicilios particulares
- Salones de belleza mixtos que realizan cortes masculinos
- Servicios ocasionales sin marca ni estructura empresarial

Estas alternativas se caracterizan por:

- Precios variables y generalmente más bajos
- Menor nivel de organización y estandarización
- Calidad de servicio irregular
- Baja presencia en redes sociales o marketing digital

9.3 Ventaja competitiva de FLOW BARBER CLUB

FLOW BARBER CLUB presenta ventajas competitivas claras frente a la competencia, basadas en su modelo de negocio y propuesta de valor:

- Modelo híbrido de atención (local + servicio a domicilio)
- Experiencia de 4 años en el rubro de barbería
- Atención personalizada enfocada en detalle y calidad del acabado
- Uso de redes sociales como medio de posicionamiento y captación de clientes
- Sistema de reservas mediante plataformas digitales como WhatsApp y redes sociales
- Ubicación estratégica en el 6to anillo, barrio Roca y Coronado
- Enfoque en comodidad, rapidez y eficiencia del servicio

Estas características permiten a FLOW BARBER CLUB competir no únicamente por precio, sino principalmente por valor agregado, comodidad y experiencia del cliente.

9.4 Conclusión del análisis de competencia

El análisis realizado evidencia que el mercado de barberías en la zona está compuesto principalmente por negocios tradicionales con atención presencial y servicios estandarizados, junto con alternativas informales que presentan menor nivel de organización y calidad variable.

Esto genera un entorno competitivo basado principalmente en el precio, pero con limitada innovación en la experiencia del cliente.

En este contexto, FLOW BARBER CLUB tiene la oportunidad de posicionarse mediante un modelo híbrido de atención (local y domicilio), enfocado en la comodidad, rapidez y calidad del servicio, lo que permite diferenciarse claramente de la competencia existente.

En base a este análisis, el siguiente apartado corresponde al Plan Financiero, donde se evaluará la inversión, costos operativos, ingresos proyectados y la rentabilidad del emprendimiento.

10. PLAN FINANCIERO

10.1 Inversión inicial

La inversión inicial contempla la adquisición de equipos profesionales necesarios para la prestación del servicio tanto en el local como a domicilio. Equipos de barbería:

- La máquina Clipper Bs. 650
- La máquina trimmer Bs. 450
- La máquina shaver Bs. 800
- La secadora profesional Bs. 1200
- Tijeras filo dulce Bs. 250
- Tijera entresacadora Bs. 300
- Navajín Bs. 180
- Peine black top Bs. 25
- Peine Wahl Bs. 30
- Peine milimétrico Bs. 20
- Bota pelo Bs. 30



- **Total, estimado: Bs. 3.935**

10.2 Costos operativos mensuales

Se consideran los costos necesarios para el funcionamiento del negocio, tanto del local físico como del servicio a domicilio.

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
Detalle	Bs.	Detalle	Bs.
Sueldo (Asignación operativa)	3300	Publicidad digital	150
luz	300	Productos desinfectantes	20
agua	300	Mantenimiento de equipos de trabajo	250
Alquiler de local	500	Productos para acabados	150
		Transporte	300
total	4400	totales	870

Costo total mensual: Bs. 5.270

Nota: El modelo de compensación de los barberos incluye este sueldo base más un porcentaje de comisión por servicio, el cual se auto-sustenta con el incremento del flujo de clientes a partir del escenario realista.

10.3 Tiempos por servicio

Los precios se establecen considerando el tiempo de ejecución, nivel técnico del servicio, costos operativos y el valor agregado del servicio a domicilio, el cual brinda comodidad, ahorro de tiempo y atención personalizada al cliente.

10.3.1 cuadro de tiempo

El siguiente cuadro refleja el tiempo aproximado que el barbero demorará por cada tipo de servicio que se ofrecerá al inicio de operaciones de la empresa, cabe recalcar que los tiempos no son exactos ya que puede haber una ligera variación, y también está sujeto a modificación por la inclusión de nuevos servicios, el cuadro es el siguiente:

Servicio	Tiempo Aproximado Estándar	
Corte clásico	30-35 min	
Fade (degradado)	50-60 min	
Corte juvenil/moderno	35-40 min	
Corte + barba	50-60 min	
Afeitado clásico	30 min	
Perfilado de cejas	30 min	
Diseños personalizados	45-60 min	
Servicio Premium	60-75 min	

Nota: importante para el servicio Delivery: Para la modalidad de servicio a domicilio, se debe contemplar un tiempo adicional estimado de 20 a 30 minutos por trayecto (traslado e instalación de herramientas), el cual se sumará al tiempo estándar del servicio para la correcta organización de la agenda de reservas.

10.4 Precios del servicio (local vs domicilio)

Se establece una diferencia de precio considerando el servicio a domicilio (mayor comodidad y traslado).

Servicio	Local (Bs.)	Domicilio (Bs.)
Corte clásico	25	35
Fade (degradado)	35	45
Corte moderno	30	40
Corte + barba	40	55
Afeitado clásico	20	30
Diseño personalizado	50	65
Perfilado de ceja	15	25
Servicio Premium	70	90

10.5 Proyección de clientes

En este segmento reflejamos nuestra visión optimista de nuestras operaciones desde nuestra etapa de inauguración(inicio) hasta una etapa en el que lleguemos a establecernos como marca.

Nuestras estimaciones son las siguientes:

Etapla inicial (primer mes – negocio nuevo)

- 2 a 4 clientes por día
- $2 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 52$
- $4 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 104$
- Promedio: $(52+104) / 2 = 78 \text{ clientes/mes}$

Escenario realista (3 a 6 meses)

- 5 a 8 clientes por día
- $5 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 130$
- $8 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 208$
- Promedio: $(130+208) / 2 = 169 \text{ clientes/mes}$

Escenario optimista (marca posicionada)

- 10 a 15 clientes por día
- $10 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 260$
- $15 \text{ clientes/día} \times 26 \text{ días} = 390$
- Promedio: $(260+390) / 2 = 325 \text{ clientes/mes}$

10.6 Ingresos estimados

Para la estimación de ingresos se toma como referencia el servicio de **Fade (degradado)**, por ser uno de los más solicitados dentro del mercado objetivo.

Se establece un precio promedio ponderado considerando servicios en local y a domicilio:

- Precio local: Bs. 35
- Precio a domicilio: Bs. 45

Promedio aplicado: **Bs. 40 por cliente**

Etapla inicial – Apertura del emprendimiento (1 a 3 meses activo):

- 78 clientes x Bs. 40 = **Bs. 3.120/mes**

Costo total mensual (fijo + variable): 5.270

Resultado: **déficit inicial** -Bs. 2.150 (normal en la etapa de apertura y posicionamiento).

Escenario realista (4 a 7 meses activo):

- 169 clientes x Bs. 40 = **Bs. 6.760/mes**
- Costo total mensual (fijo + variable): Bs. 5.270

Ganancia aproximada: +1.490 Bs.

Escenario optimista (8 meses en adelante):

- 325 clientes x Bs. 40 = **Bs. 13.000/mes**
- Costo total mensual (fijo + variable): Bs. 5.270

Ganancia aproximada: +7.730 Bs.

Los resultados evidencian que el emprendimiento presenta pérdidas en su etapa inicial, lo cual es habitual en negocios nuevos. Sin embargo, a partir del escenario realista, el negocio logra cubrir sus costos y generar utilidades, demostrando su viabilidad financiera y potencial de crecimiento en el corto plazo.

10.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es cuando los ingresos igualan los costos.

- Costo mensual total: **Bs. 5.270**
- Precio promedio por cliente: **Bs. 40**

Cálculo:

$$5.270 \div 40 = 131.75$$

Por lo tanto, mi punto de equilibrio sería: **132 clientes al mes**

132 clientes /mes $\div 26 = 5.08 \approx 5$ a 6 clientes/día

Interpretación:

El negocio necesitará atender al menos 132 clientes mensuales para cubrir sus costos operativos. Por debajo de este valor se generan pérdidas, mientras que por encima se obtienen utilidades, lo que confirma la viabilidad económica del emprendimiento.

10.8 Conclusión financiera

FLOW BARBER CLUB requiere una etapa inicial de posicionamiento en la cual los ingresos pueden ser limitados debido a la baja afluencia de clientes. Sin embargo, mediante estrategias de marketing digital y la implementación del servicio a domicilio, el negocio puede alcanzar su punto de equilibrio en aproximadamente 3 a 4 meses.

A mediano plazo, el modelo híbrido (local + domicilio) permite incrementar los ingresos y mejorar la rentabilidad, generando utilidades sostenidas a partir del crecimiento de la clientela.

A largo plazo, el negocio presenta viabilidad económica debido a la demanda constante del servicio de barbería y la posibilidad de expansión mediante la incorporación de nuevos barberos o la apertura de sucursales, fortaleciendo la marca FLOW BARBER CLUB en el mercado.

10.9 Resumen de viabilidad financiera

FLOW BARBER CLUB presenta una inversión inicial accesible en relación al tipo de negocio, con costos operativos controlados y una estructura de ingresos progresiva.

Si bien el emprendimiento requiere una etapa inicial de posicionamiento con posibles pérdidas, el análisis financiero demuestra que el negocio alcanza su punto de equilibrio en el corto plazo y genera rentabilidad a medida que incrementa su base de clientes.

En conclusión, el modelo de negocio es financieramente viable, con proyección de crecimiento sostenido y capacidad de expansión a mediano y largo plazo.

11. IDENTIDAD DEL NEGOCIO

11.1 Eslogan principal

“Tu estilo, sin salir de casa”

11.2 Eslóganes secundarios

“Comodidad y estilo en un solo servicio”

“Nos movemos por tu imagen”

11.3 Identidad visual (concepto de logo)

El logotipo de FLOW BARBER CLUB ha sido diseñado para transmitir elegancia, masculinidad y profesionalismo Premium dentro del rubro clásico de la barbería. El diseño se compone de los siguientes elementos principales:

- **Elemento Central:** La ilustración detallada de un hombre con barba perfectamente perfilada, peinado moderno y lentes de sol oscuros, que proyecta el estilo y la personalidad del cliente actual de "Flow".
- **Herramientas Tradicionales:** Se integran de fondo un poste de barbero (*barber pole*) clásico con sus líneas tricolores, una brocha de afeitar, navaja de metal, tijeras de corte y un secador profesional, elementos que consolidan el dominio técnico del oficio.
- **Estructura y Tipografía:** El nombre "FLOW BARBER CLUB" se impone con una tipografía imponente y serifada en tonos dorados sobre una cinta elegante, acompañada en la base por las cuatro promesas de la marca: Estilo, Precisión, Tradición y Excelencia

11.4 Colores corporativos

Negro: elegancia, seriedad y estilo Premium

Dorado o blanco: calidad, profesionalismo y confianza

Gris (opcional): modernidad y equilibrio visual

11.5 Propuesta de valor

FLOW BARBER CLUB ofrece un servicio de barbería profesional enfocado en la comodidad del cliente, brindando atención tanto en local como a domicilio.

Su principal diferenciación es la flexibilidad del servicio, permitiendo que el cliente reciba atención de calidad en el lugar y horario de su preferencia, sin perder estilo ni profesionalismo.

La empresa garantiza puntualidad, higiene, trato profesional y resultados personalizados de acuerdo con las tendencias actuales.

11.6 Identidad de marca

FLOW BARBER CLUB no es solo una barbería, sino una experiencia de estilo personalizada que combina comodidad, modernidad y profesionalismo.

La marca se adapta al cliente y no al revés, posicionándose como un servicio flexible, eficiente y orientado a la experiencia del usuario.

12. CONCLUSIONES GENERALES

El presente proyecto de emprendimiento denominado **FLOW BARBER CLUB** ha permitido desarrollar un análisis integral sobre la viabilidad de una barbería híbrida que combina la atención en local físico con el servicio a domicilio, adaptándose a las necesidades actuales del mercado y del cliente moderno.

A lo largo del desarrollo del proyecto se ha podido identificar que el sector de la barbería en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra presenta una demanda constante y en crecimiento, impulsada por tendencias de cuidado personal masculino, estilos modernos y la búsqueda de servicios más rápidos, personalizados y accesibles. Sin embargo, también se evidenció que gran parte de la competencia se mantiene bajo modelos tradicionales, lo que abre una oportunidad clara de diferenciación para propuestas innovadoras como FLOW BARBER CLUB.

Desde el punto de vista estratégico y operativo, el modelo de negocio planteado permite una adecuada organización del servicio, optimizando tiempos de atención, recursos humanos y logística mediante un sistema híbrido flexible. Esto representa una ventaja competitiva

importante, ya que permite al cliente elegir entre atención en local o en domicilio, sin perder calidad ni profesionalismo.

En el ámbito financiero, el análisis realizado demuestra que el emprendimiento requiere una inversión inicial accesible y enfrenta una etapa inicial de posicionamiento con posibles pérdidas, lo cual es normal en nuevos negocios. Sin embargo, a medida que aumenta la cartera de clientes, el negocio logra alcanzar su punto de equilibrio y posteriormente generar utilidades sostenidas, evidenciando su viabilidad económica a corto y mediano plazo.

Asimismo, el estudio de mercado, el análisis de competencia y el plan de marketing reflejan que FLOW BARBER CLUB cuenta con una propuesta diferenciada basada en comodidad, rapidez, calidad y atención personalizada, factores que responden directamente a las preferencias del cliente actual y fortalecen su posicionamiento en el mercado.

En conclusión, se determina que **FLOW BARBER CLUB es un emprendimiento viable desde el punto de vista comercial, operativo y financiero**, con un alto potencial de crecimiento dentro del sector de barberías. Su modelo híbrido, junto con el uso de estrategias digitales y enfoque en la experiencia del cliente, le permite establecer bases sólidas para su consolidación y futura expansión dentro del mercado local y regional.

13. RECOMENDACIONES

Para garantizar el correcto funcionamiento y crecimiento de FLOW BARBER CLUB, se establecen las siguientes recomendaciones basadas en el análisis realizado en el presente proyecto:

En primer lugar, se recomienda fortalecer la estrategia de marketing digital desde el inicio de operaciones, ya que el posicionamiento de la marca dependerá en gran medida de la presencia en redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook. La creación constante de contenido visual de calidad permitirá atraer clientes y generar reconocimiento de marca en menor tiempo.

Asimismo, es importante mantener un control estricto de los costos operativos durante la etapa inicial, debido a que el negocio presenta una fase de inversión en la cual los ingresos

pueden ser menores a los gastos. Una adecuada administración financiera permitirá sostener la operación hasta alcanzar el punto de equilibrio.

Se recomienda también optimizar la organización del servicio a domicilio mediante la planificación de rutas eficientes y la correcta gestión de reservas, con el fin de reducir tiempos de traslado y mejorar la puntualidad del servicio, lo cual es clave para la satisfacción del cliente.

Otro aspecto importante es priorizar la calidad del servicio y la atención personalizada, ya que este factor representa una de las principales ventajas competitivas del negocio frente a barberías tradicionales. Mantener estándares altos en higiene, precisión y trato al cliente contribuirá a la fidelización.

Además, se sugiere evaluar el crecimiento progresivo del personal, incorporando nuevos barberos únicamente cuando la demanda lo justifique, con el objetivo de mantener un equilibrio entre calidad de servicio y sostenibilidad financiera.

Finalmente, se recomienda reforzar la identidad de marca mediante una imagen visual coherente, promociones estratégicas y una comunicación constante con los clientes, lo cual permitirá consolidar el posicionamiento de FLOW BARBER CLUB en el mercado local y facilitar su expansión futura.

14. BIBLIOGRAFÍA

- *Asociación de Barberías y Estilistas de Santa Cruz. (2024). Estudio de mercado sobre la evolución del cuidado personal masculino en el eje troncal de Bolivia. ABESC.*
- *Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra. (2022). Reglamento Autónomo de Gestión de Residuos Sólidos y Bioseguridad para Salones de Estética y Peluquerías (Ley Autonómica N° 1422). GAMSCS.*
- *Parra, J. (2021). Manual técnico de barbería moderna: Técnicas de corte Fade, texturizado y visajismo masculino. Editorial Estética Premium.*
- *Servicio de Impuestos Nacionales de Bolivia. (2025). Guía de formalización e inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes: Régimen Tributario Simplificado para Artesanos y Vivanderos. SIN Bolivia.*
- *VGR Electronic Barber Appliances. (2024). Manual de especificaciones técnicas, mantenimiento e higienización de maquinaria profesional de corte (Modelos V-001, V-134 y Shaver). VGR Global.*
- *Zenteno, M. (2023). El auge del servicio delivery y modelos híbridos en la economía post-pandemia en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Tesis de Grado, Facultad de Ciencias Contables, Auditoría, Sistemas de Control de Gestión y Finanzas). Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM).*

15 anexos

15.1 Logotipo Oficial de la Marca



15.2 Catálogo de servicios

CORTE CLÁSICO

★ ELEGANCIA ATEMPORAL ★

Estilo elegante y atemporal. Laterales cortos con tijera o máquina y parte superior peinada hacia atrás o al lado. Ideal para un look profesional y sofisticado.

✂ **ESTILO:** Clásico / Profesional

👤 **IDEAL PARA:** Cabello lacio u ondulado

🕒 **MANTENIMIENTO:** Cada 2 a 3 semanas

★ VISTAS DEL CORTE ★

FRENTE

LATERAL

3/4

ATRÁS

★ DETALLES DEL CORTE ★

Parte superior
5 - 8 cm

Laterales con tijera
o máquina
(Nº 1 a 2)

Transición suave

Nuca limpia
y definida

CARACTERÍSTICAS

- Laterales cortos y limpios.
- Parte superior peinada hacia atrás o al lado.
- Transición suave.
- Acabado prolijo y profesional.

PRODUCTOS RECOMENDADOS

Pomada clásica

Peine profesional

Spray de fijación ligera

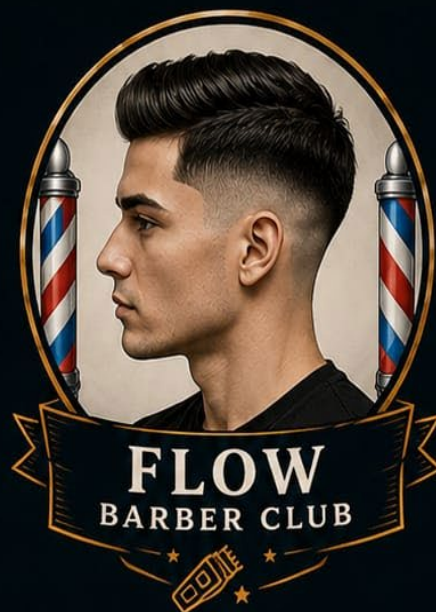
★ CLÁSICO NUNCA PASA DE MODA ★

FLOW
BARBER CLUB

FADE (DEGRADADO)

—★ TRANSICIÓN PERFECTA ★—

Degradado progresivo desde la piel o muy corto a más largo en la parte superior. Acabado limpio y moderno.



ESTILO: Moderno / Versátil



IDEAL PARA: Todo tipo de cabello



MANTENIMIENTO: Cada 1 a 2 semanas

—★ VISTAS DEL CORTE ★—



FRENTE



LATERAL



3/4



ATRÁS

—★ DETALLES DEL CORTE ★—

Parte superior: -----
5 - 10 cm

Degradado alto, -----
medio, bajo o skin
(bajo o al ras)

Transición -----
difuminada

Nuca degradada -----



—★ CARACTERÍSTICAS ★—

- Degradado progresivo y difuminado.
- Parte superior más larga.
- Acabado limpio y definido.
- Versátil y fácil de peinar.

—★ PRODUCTOS RECOMENDADOS ★—



Pomada
mate



Peine
profesional



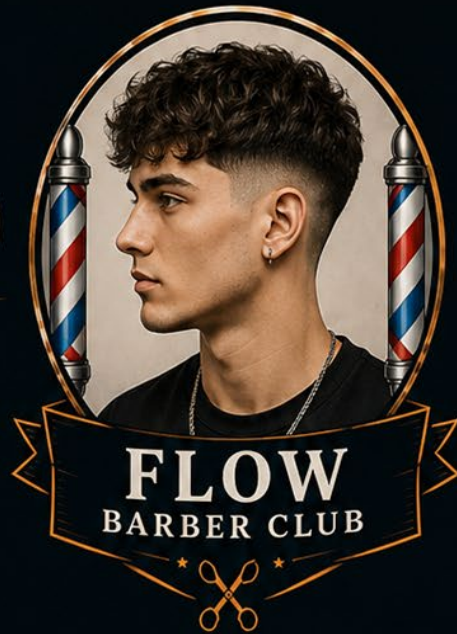
Spray de
fijación media

—★ CUIDAMOS TU ESTILO, DEFINIMOS TU ESENCIA ★—

CORTE JUVENIL / MODERNO

— ★ FRESCO, ACTUAL Y CON ESTILO ★ —

Estilos modernos, versátiles y fáciles de llevar. Diseñados para resaltar tu personalidad y mantener un look fresco todos los días.



ESTILO: Juvenil / Moderno



IDEAL PARA: Chicos con personalidad y estilo urbano



MANTENIMIENTO: Cada 2 a 4 semanas

— ★ VISTAS DEL CORTE ★ —



FRENTE



LATERAL



3/4



ATRÁS

— ★ DETALLES DEL CORTE ★ —

Textura marcada
en la parte superior
5 - 8 cm

Desvanecido
medio / alto
con degradado

Transición suave
y natural

Nuca limpia
y definida



— ★ CARACTERÍSTICAS ★ —

- Desvanecido medio o alto (fade).
- Parte superior con textura y movimiento.
- Flequillo opcional o natural.
- Acabado moderno y desenfadado.
- Ideal para cualquier ocasión.

— ★ PRODUCTOS RECOMENDADOS ★ —



Pomada
mate



Polvo
voluminizador



Spray de
fijación media

— ★ TU ESTILO, TU ACTITUD ★ —

CORTE + BARBA

★ ARMONÍA Y EQUILIBRIO ★

Combinación de corte moderno con barba bien definida. Armonía y equilibrio entre cabello y barba para un look masculino y pulido.



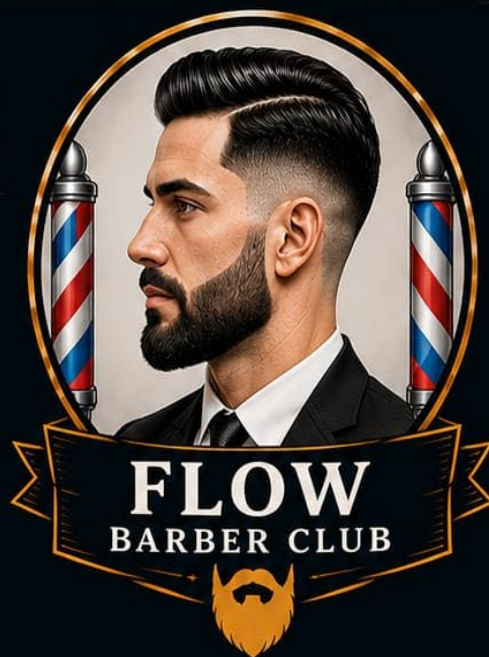
ESTILO: Moderno / Masculino



IDEAL PARA: Todo tipo de cabello y barba



MANTENIMIENTO: Cada 1 a 2 semanas



★ VISTAS DEL CORTE Y BARBA ★



FRENTE



LATERAL



3/4



ATRÁS

★ DETALLES DEL CORTE Y BARBA

Parte superior
peinada hacia atrás
con textura

Degradado medio
con transición
suave

Líneas definidas
en contorno

Barba definida
con líneas limpias

Cuello y mejillas
limpios y pulidos



CARACTERÍSTICAS

- Armonía perfecta entre corte y barba.
- Contornos definidos y simétricos.
- Transición equilibrada entre ambos.
- Acabado limpio y profesional.
- Look masculino y pulido.

PRODUCTOS RECOMENDADOS



Pomada
mate

Aceite
para barba

Bálsamo
para barba

Peine
profesional

Spray de
fijación media

★ CUIDAMOS TU ESTILO, DEFINIMOS TU ESENCIA ★

AFEITADO CLÁSICO

—★ TRADICIÓN Y PRECISIÓN ★—

Afeitado tradicional con navaja y toalla caliente. Acabado suave, preciso y relajante.



FLOW
BARBER CLUB



ESTILO: Clásico / Tradicional



IDEAL PARA: Todo tipo de piel



MANTENIMIENTO: Según necesidad

—★ PROCESO DEL AFEITADO ★—



1. TOALLA CALIENTE

Abre los poros y prepara la piel.



2. APLICACIÓN

Se aplica crema de afeitar.



3. AFEITADO

Afeitado con navaja en dirección del vello.



4. FINALIZACIÓN

Loción calmante para cerrar poros.



5. TOALLA CALIENTE

Relaja y tonifica la piel.

BENEFICIOS

- Piel suave y libre de irritación.
- Limpieza profunda de los poros.
- Experiencia relajante y revitalizante.

PRODUCTOS UTILIZADOS



Toalla caliente



Brocha de afeitar



Crema de afeitar



Navaja



Loción calmante

—★ UN CLÁSICO NUNCA PASA DE MODA ★—

PERFILADO DE CEJAS

— ★ DEFINICIÓN Y ARMONÍA ★ —

Diseño y definición precisa de cejas para realzar tu mirada y lograr un rostro más equilibrado y cuidado.



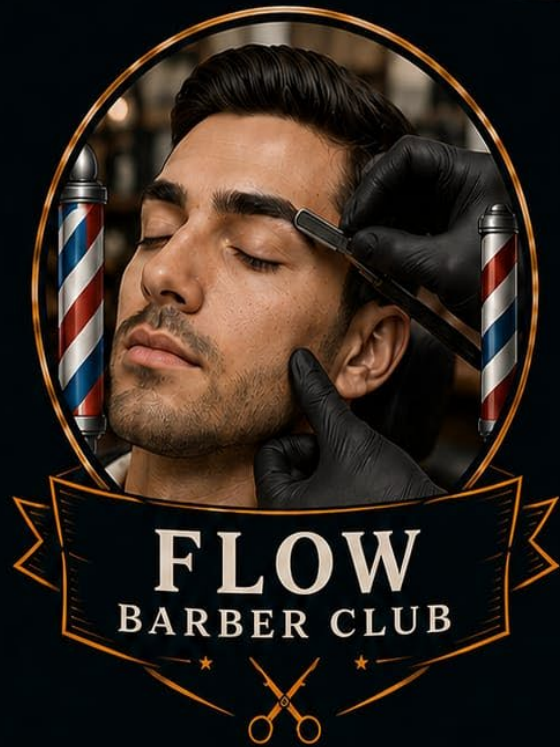
ESTILO: Definido / Natural



IDEAL PARA: Todo tipo de rostro



MANTENIMIENTO: Cada 2 a 4 semanas



★ PROCESO DEL PERFILADO DE CEJAS ★



1. CEPILLADO

Cepillamos el vello para identificar la forma natural.



2. MARCADO

Se marca la forma deseada según las proporciones del rostro.



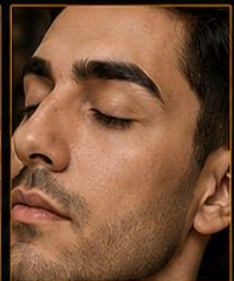
3. PERFILADO

Se eliminan los vellos fuera de la forma marcada con navaja.



4. DETALLES

Se retiran los vellos rebeldes con pinza para un acabado fino.



5. FINALIZACIÓN

Se aplica loción calmante para humectar la piel.

BENEFICIOS

- Realza la mirada y expresión.
- Rostro más simétrico y definido.
- Eliminación de vello no deseado.
- Acabado limpio y natural.



PRODUCTOS UTILIZADOS



Cepillo para cejas



Navaja de afeitar



Pinza de precisión



Loción calmante

— ★ CUIDAMOS TU ESTILO, DEFINIMOS TU ESENCIA ★ —

DISEÑOS PERSONALIZADOS

★ EXPRESA TU ESTILO ★

Diseños únicos y personalizados que reflejan tu personalidad. Desde líneas simples hasta arte detallado, cada corte es una obra de estilo.



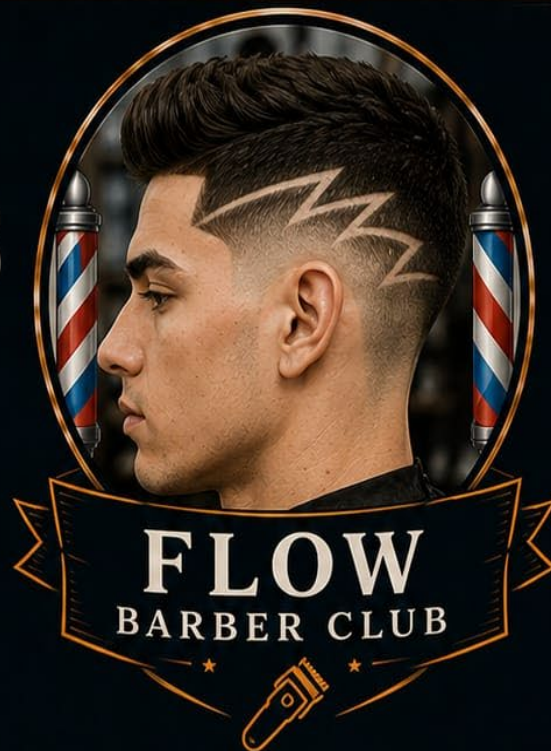
ESTILO: Creativo / Personalizado



IDEAL PARA: Quienes buscan destacar con un estilo único



MANTENIMIENTO: Cada 1 a 2 semanas



★ EJEMPLOS DE DISEÑOS ★



LÍNEAS GEOMÉTRICAS



ESTRELLAS



CURVAS



PATRONES



SÍMBOLOS

CARACTERÍSTICAS

- Diseños 100% personalizados.
- Precisión con navaja y máquina.
- Estilo que resalta tu personalidad.
- Acabado limpio y profesional.
- Ideal para todas las edades.

PRODUCTOS UTILIZADOS



Pomada premium



Spray de fijación fuerte



Máquina de precisión



NUESTRO PROCESO



1. CONSULTA
Hablamos de tu idea y estilo que deseas.



2. DISEÑO
Creamos el diseño perfecto para ti.



3. EJECUCIÓN
Trazamos con precisión cada detalle.



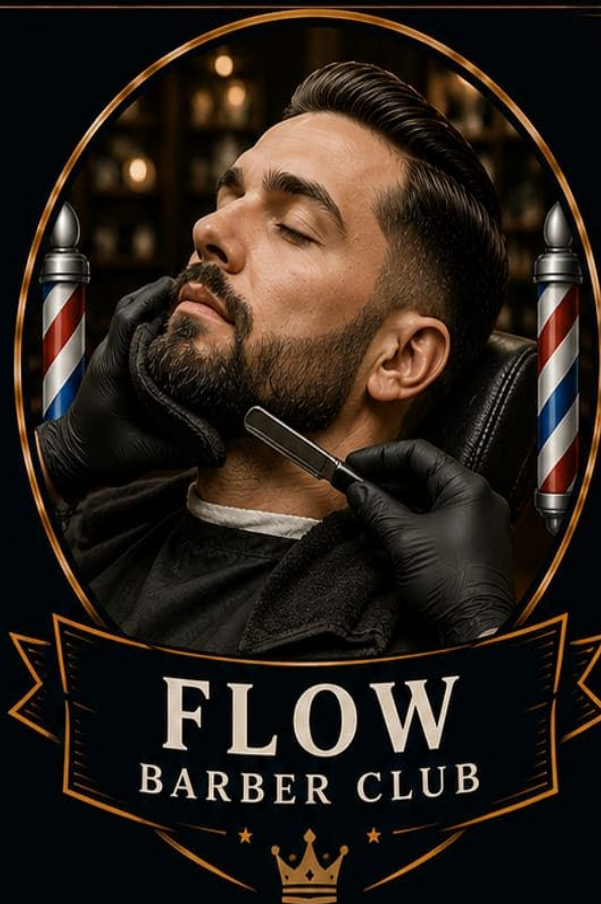
4. ACABADO
Refinamos y limpiamos para un resultado impecable.

★ TU ESTILO, TU IDENTIDAD, TU DISEÑO. ★

SERVICIO PREMIUM

— ★ EXPERIENCIA DE LUJO ★ —

Más que un corte, una experiencia completa pensada para el hombre que valora su tiempo, su imagen y los detalles que marcan la diferencia.



EXCLUSIVO: Atención personalizada y ambiente VIP.



COMODIDAD: Asiento reclinable, toalla caliente y masaje relajante.



CALIDAD SUPERIOR: Productos premium y técnicas avanzadas.

— ★ INCLUYE ★ —



1. CONSULTA PERSONALIZADA

Analizamos tu estilo y necesidades.



2. LAVADO PREMIUM

Champú de alta gama y masaje capilar.



3. CORTE EXCLUSIVO

Corte adaptado a tu rostro y estilo con máxima precisión.



4. AFEITADO DE LUJO

Navaja, toalla caliente y productos premium.



5. MASAJE RELAJANTE

Masaje facial, cuello y hombros para una experiencia única.



6. FINALIZACIÓN PERFECTA

Estilizado final con productos de alta gama.



ATENCIÓN VIP
Tiempo exclusivo para ti, sin prisas.



AMBIENTE PREMIUM
Disfruta de un espacio elegante y cómodo.



DETALLES QUE IMPORTAN
Cuidado en cada paso, para resultados impecables.



EXPERIENCIA COMPLETA
Relájate, renueva tu imagen y tu confianza.

— ★ NO ES SOLO UN CORTE, ES TU MOMENTO. ★ —
TE MERECE LO MEJOR, TE MERECE FLOW.

15.3 Publicidad para redes sociales



MÁS ESTILO MÁS BENEFICIOS

CALIDAD QUE SE VE, PROMOCIONES QUE SE APROVECHAN.



5%

DE DESCUENTO
EN EL PRIMER CORTE
EN CUALQUIER ESTILO



10%

DE DESCUENTO
POR COMBOS FAMILIARES
(MÚLTIPLES CORTES EN UNA MISMA FAMILIA)



20%

DE DESCUENTO
POR SISTEMA DE REFERIDOS
RECOMIENDA Y AHORRA MIENTRAS OTROS TAMBIÉN DISFRUTAN.



15%

DE DESCUENTO
POR SERVICIO A DOMICILIO
EN ZONAS CERCANAS.

¡TE ESPERAMOS!

 6TO ANILLO, BARRIO ROCA Y CORONADO
SOBRE AVENIDA PRINCIPAL
SANTA CRUZ DE LA SIERRA





AGENDA TU CITA POR WHATSAPP
Cel. 76686172

ESTILO, PRECISIÓN Y ACTITUD.
NO ES SOLO UN CORTE, ES TU MEJOR VERSIÓN.



★ SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES ★

 TikTok @flowbarberclub

 Instagram @flowbarberclub

 Facebook Flow Barber Club

 PROFESIONALES EXPERTOS

 AMBIENTE PREMIUM

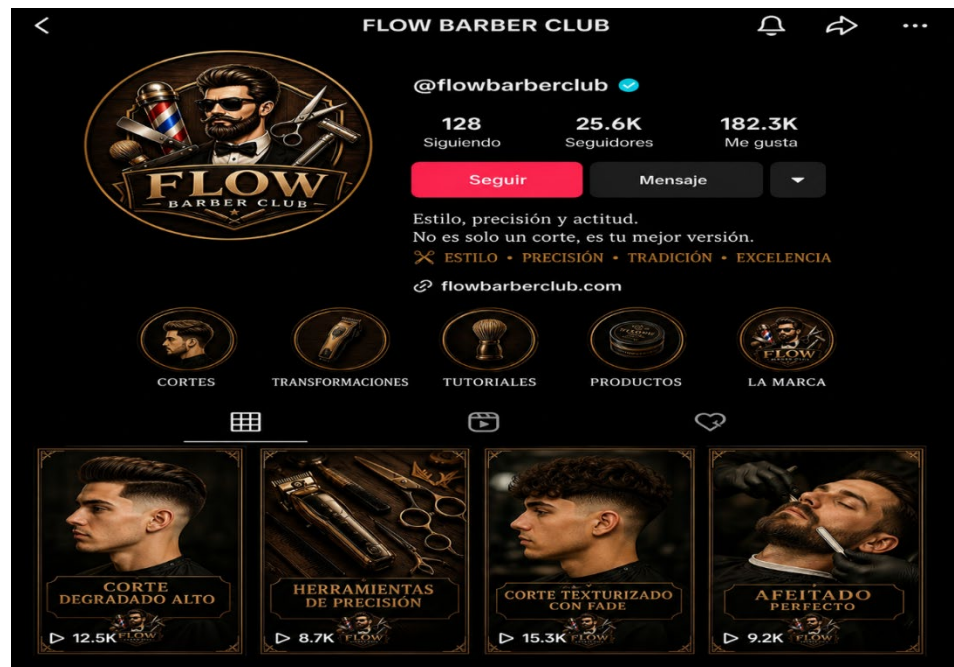
 PRODUCTOS DE CALIDAD

 PUNTUALIDAD Y COMPROMISO

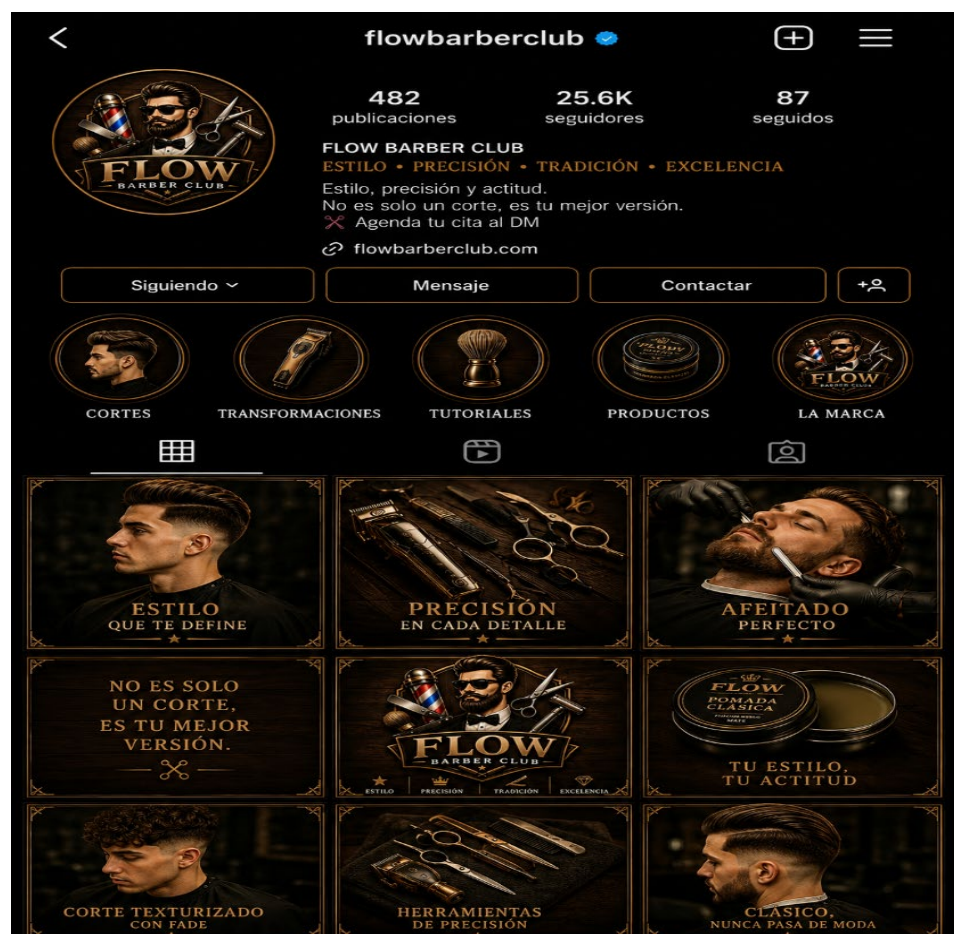
★ CLÁSICO NUNCA PASA DE MODA ★

15.4 Prototipos de canales digitales (Redes Sociales)

Perfil de tick tock [@flowbarberclub](#)



Perfil de Instagram [flowbarberclub](#)



Perfil de Facebook [flowbarberclub](#)

**ESTILO, PRECISIÓN
Y ACTITUD.**

No es solo un corte,
es tu mejor versión.

★ ESTILO | 👑 PRECISIÓN | ✂️ TRADICIÓN | 💎 EXCELENCIA

FLOW BARBER CLUB ✓
@flowbarberclub · Barbería

Enviar mensaje

Te gusta

Inicio Información Servicios Tienda Fotos Más ▾

CORTES
QUE TE DEFINEN ★

TRANSFORMACIONES
REALES ★

TUTORIALES
Y CONSEJOS ★

PRODUCTOS
DE CALIDAD ★

AFEITADO
PERFECTO ★

LA MARCA
NUESTRA HISTORIA ★

FLOW BARBER CLUB ★

✂️ Estilo, precisión y actitud.

👤 Barbería premium para hombres
que buscan más.

📍 Agenda tu cita
por mensaje o WhatsApp.

🌐 www.flowbarberclub.com