

**Universidad de Palermo**  
**Facultad de negocios**  
**Maestría en dirección de empresas**



**Plan de negocio para ampliación de**  
**“The Respect Barber Shop”**

**Presentado por: Ignacio Alejandro Molina**

**Trabajo Final de Maestría para optar el grado académico de**  
**magíster en dirección de empresas con orientación en estrategia &**  
**analytics.**

**Buenos Aires, Argentina.**

**2025**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	8
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	9
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
1.3. HIPÓTESIS.....	9
1.4. METODOLOGÍA.....	9
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1. INTRODUCCIÓN AL MARCO TEÓRICO .....	10
2.2. EXTENSION DE NEGOCIOS.....	10
2.3. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO .....	11
2.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	12
2.5.1. POSICIONAMIENTO DE MARCA.....	12
2.5.2. DIFERENCIACIÓN .....	13
2.5.3. SEGMENTACIÓN .....	13
2.6. GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE .....	14
<b>CAPÍTULO II: EL SECTOR Y LA EMPRESA</b> .....	15
3.1. SECTOR .....	15
3.1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE BARBERÍA.....	15
3.1.2. FACTORES MACROAMBIENTALES: ANÁLISIS PESTEL.....	17
3.1.3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA - ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	21
3.1.4. CICLO DE VIDA DEL SECTOR .....	26
3.1.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN BARRACAS.....	29
3.1.6. TENDENCIAS Y DESAFÍOS.....	34
3.2. LA EMPRESA .....	35

---

3.2.1. HISTORIA Y ANTECEDENTES .....	35
3.2.2. SITUACIÓN ACTUAL .....	38
3.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	38
3.2.4. PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	40
3.2.5. POSICIONAMIENTO Y VENTAJAS COMPETITIVAS .....	41
3.2.6. CLIENTES Y MERCADOS.....	43
3.2.7. ANALISIS FODA.....	48
3.2.8. RECURSOS .....	50
<b>CAPÍTULO III: MARCO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>51</b>
4.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	51
4.2. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN .....	51
4.3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	51
4.4. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	52
4.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	52
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS, PROPUESTA DE PLAN Y EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>54</b>
5.1. RESULTADOS.....	54
5.2. PROPUESTA DE PLAN .....	67
5.2.1. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	73
5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	77
5.3.1. ESCENARIO MÁS PROBABLE - CRECIMIENTO SOSTENIDO CON CONTROL DE COSTOS.....	78
5.3.2. ESCENARIO OPTIMISTA - LIDERAZGO DE MERCADO Y FLUJO DE CAJA EXPONENCIAL.....	90
5.3.3. ESCENARIO PESIMISTA – RENTABILIDAD AMENAZADA POR COSTOS Y BAJA ESCALABILIDAD.....	101

<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>113</b>
6.1. CONCLUSIONES .....	113
6.2. RECOMENDACIONES .....	114
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>117</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Análisis PESTEL.....	17
Figura 2: Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	22
Figura 3: Precios de cortes – Competencia en Barracas .....	31
Figura 4: Precios de corte y barba – Competencia en Barracas .....	32
Figura 5: Variación de precios mensual – Competencia en Barracas .....	33
Figura 6: Business Model Canvas.....	38
Figura 7: Diagrama de la Estructura Organizacional.....	40
Figura 8: Reseñas en google – “The Respect Barber Shop” .....	42
Figura 9: Gráfico poblacional de Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.....	44
Figura 10: 1° Parte, base de datos “The Respect Barber Shop”.....	45
Figura 11: 2° Parte, base de datos “The Respect Barber Shop”.....	46
Figura 12: Análisis FODA .....	48
Figura 13: Gráfico respuesta 1 .....	55
Figura 14: Gráfico respuesta 2 .....	55
Figura 15: Gráfico respuesta 3 .....	56
Figura 16: Gráfico respuesta 4 .....	57
Figura 17: Gráfico respuesta 5 .....	57
Figura 18: Gráfico respuesta 6 .....	58
Figura 19: Gráfico respuesta 7 .....	59
Figura 20: Gráfico respuesta 8 .....	60
Figura 21: Gráfico respuesta 9 .....	61
Figura 22: Gráfico respuesta 11 .....	62
Figura 23: Gráfico respuesta 12 .....	63
Figura 24: Gráfico respuesta 13 .....	64

---

Figura 25: Gráfico respuesta 14 .....	65
Figura 26: Gráfico respuesta 15 .....	67
Figura 27: Diagrama de Gantt.....	73
Figura 28: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario más probable”.....	79
Figura 29: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario más probable”.....	81
Figura 30: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario más probable” .....	82
Figura 31: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario más probable” ...	84
Figura 32: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario más probable” .....	85
Figura 33: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario más probable” .....	86
Figura 34: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario más probable” .....	87
Figura 35: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario optimista” .....	90
Figura 36: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario optimista” .....	93
Figura 37: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario optimista”.....	94
Figura 38: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario optimista”.....	96
Figura 39: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario optimista” .....	97
Figura 40: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario optimista”.....	98
Figura 41: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario optimista” ..	99
Figura 42: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario pesimista” .....	102
Figura 43: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario pesimista” .....	104
Figura 44: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario pesimista”.....	105
Figura 45: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario pesimista”.....	107
Figura 46: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario pesimista” .....	108
Figura 47: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario pesimista”.....	109
Figura 48: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario pesimista”	110

### ***Dedicatoria***

*El fin de una nueva etapa, nuevamente, acompañado por las mismas personas que me apoyan incondicionalmente en cada uno de mis proyectos. Desde que era un adolescente que se llevaba materias en el secundario y estaba desorientado con el rumbo a seguir, atravesando las adversidades y felicidades de la vida, hasta lograr llegar a estar cerca de finalizar una maestría con solo 26 años.*

*Mi principal dedicación para:*

*Mi madre, quien me acompañó con su crianza excepcional, inculcándome los valores del estudio, la perseverancia y la honestidad. La mejor madre que pude haber tenido.*

*Mi padre, que es mi ejemplo de vida y deportivo. Con su dedicación, respeto y compromiso, siendo el mejor profesional que conozco y el mejor padre del mundo para mí.*

*Mi abuela angelita, que me cuidó, educó y acompañó desde bebe. Te extraño demasiado y espero que estés disfrutando de este momento conmigo. No dejes de cuidarme y guiarme desde el cielo.*

*Mi abuela Chonga, que tan importante y valiosa es mi vida. Gracias por estar siempre con una sonrisa y ser una abuela excepcional.*

*Mi hermana, un estandarte en mi vida. Ejemplo de superación, compromiso y dedicación. La persona más buena, honesta y compañera que conozco.*

*Mi hermano, mi gran ejemplo desde chico. Demostración empírica de ir contra la corriente para lograr y consagrar su deseo y profesión interna.*

*Diego, mi mejor amigo, hermano de la vida, socio de la barbería. Quien ha confiado en este proyecto y apostó todo conmigo, con su esfuerzo y dedicación diaria.*

*Mi gran grupo de amigos, pilar fundamental de vida, motivación diaria y ejemplos de persona.*

*Gracias. Sin su apoyo, consejos y motivación, hubiera sido imposible.*

*Vamos por más.*

## **INTRODUCCIÓN.**

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la viabilidad y las estrategias para la expansión de "The Respect Barber Shop", una barbería que, desde su apertura en 2022, logró consolidarse como un referente en el barrio de Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Durante el desarrollo de la tesis, se evaluarán las oportunidades de crecimiento, el modelo de negocio y los desafíos que enfrenta la empresa en su camino hacia la apertura de una segunda sucursal.

Desde su fundación, "The Respect Barber Shop" demostró un crecimiento progresivo, basado en la implementación de estrategias comerciales efectivas, la optimización de la experiencia del cliente y un enfoque en la calidad del servicio. En poco tiempo, el negocio logró superar sus propias expectativas en términos de rentabilidad, volumen de clientes y posicionamiento en el mercado. No obstante, este crecimiento puso en manifiesto una limitación estructural: la capacidad actual del local no es suficiente para absorber la creciente demanda, lo que hace necesaria una ampliación o la apertura de una nueva sucursal para capitalizar el éxito alcanzado. Hoy en día la capacidad máxima de cortes semanales es de 180. Ante una demanda real de 220 cortes semanales, se está perdiendo un 22% de la demanda semanalmente, por falta de infraestructura.

En este contexto, esta tesis tiene como finalidad diseñar un plan de negocios para la expansión de la empresa, analizando las condiciones del mercado, los desafíos operativos y las estrategias de crecimiento más adecuadas. Para ello, se abordarán diversos aspectos clave, como el posicionamiento de marca, la segmentación de clientes, el análisis financiero y la selección de una ubicación estratégica que permita replicar el modelo de éxito del negocio original.

### **1.1. OBJETIVO GENERAL.**

El propósito de este trabajo es desarrollar un plan de negocios para la instalación de una nueva barbería “The Respect Barber Shop” en el barrio de Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

### **1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Expandir la barbería mediante la apertura de una segunda sucursal, con el propósito de aumentar la rentabilidad y capturar una mayor cuota de mercado en la zona.
- Realizar un plan financiero para la apertura de un nuevo local, definiendo costos y beneficios económicos.
- Definir la estructura de los cursos de barbería, formalizándolos dentro de una "academia de formación", con un plan de estudios definido y la entrega de diplomas certificados.

### **1.3. HIPÓTESIS.**

El desarrollo de un plan de negocios para la ampliación de la barbería “The Respect Barber Shop” generará la maximización de ganancias y los beneficios económicos. Ofrecerá un posicionamiento de marca distinguido en el barrio de Barracas.

### **1.4. METODOLOGÍA.**

La investigación tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo. En su alcance, será exploratoria y descriptiva. Las técnicas de recolección de datos a utilizar serán las entrevistas a clientes para determinar su percepción con la marca y el valor que representa en ellos.

Posteriormente, se construirá una encuesta para aplicar a una muestra aleatoria de la base de potenciales clientes. El objetivo de la encuesta es entender qué factores consideran claves y cuales servicios priorizan por encima de otros. Por medio de la observación directa, se analizarán las estrategias utilizadas por los competidores con la finalidad de anticipar posibles tendencias del mercado.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. INTRODUCCIÓN AL MARCO TEÓRICO**

El marco teórico es el fundamento conceptual que guía el desarrollo del plan de negocios para la expansión de “The Respect Barber Shop”. En este capítulo, se integran teorías y conceptos clave en gestión estratégica, marketing, expansión de negocios y posicionamiento de marca, proporcionando las bases necesarias para la toma de decisiones alineadas con las tendencias del mercado.

La industria de la barbería se encuentra en un contexto dinámico y competitivo, especialmente en una ciudad como Buenos Aires, donde la diferenciación, la experiencia del cliente y la innovación son cruciales para el éxito. Por ello, el análisis del entorno competitivo de la barbería se realiza desde una perspectiva integral, abordando tanto las fuerzas externas del mercado como las capacidades internas que definen la ventaja competitiva de la empresa.

Este marco teórico se basa en principios probados de autores reconocidos como Kotler y Keller, Porter y Ansoff, utilizando herramientas de análisis estratégico y métricas que permiten evaluar el impacto de las decisiones a implementar. Con estos principios, se busca no solo consolidar el éxito actual de “The Respect Barber Shop”, sino también establecer un camino claro y sostenible para su crecimiento a largo plazo.

### **2.2. EXTENSION DE NEGOCIOS**

La expansión de negocios es un componente estratégico clave para consolidar el crecimiento de la barbería. Según Ansoff (1957) “el desarrollo o expansión de mercado se centra en llevar los productos o servicios existentes a nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes donde la empresa aún no tiene presencia, aprovechando su experiencia y capacidades actuales” (p. 12, párr. 3).

En este caso, la expansión tiene como objetivo principal aumentar la presencia de la barbería en el mercado local mediante la apertura de una nueva sucursal. Porter (2008) afirma que “la capacidad de una empresa para expandirse con éxito depende de su habilidad para diferenciarse y mantener un enfoque estratégico claro que maximice el valor ofrecido a los clientes” (p. 45, párr. 2). Esto significa que “The Respect Barber Shop” debe garantizar que su propuesta de valor,

basada en la calidad del servicio y la experiencia del cliente, se mantenga coherente en la nueva sede.

Además, la expansión de negocios debe estar respaldada por un análisis exhaustivo del mercado, que incluya la detección de oportunidades, información valiosa de la competencia y la determinación de recursos necesarios para llevar a cabo la estrategia.

El último pilar para la expansión es la gestión de la marca durante el proceso. Kapferer (2012) subraya que “la expansión de una marca debe garantizar la coherencia de su identidad y valores, para que cada nuevo punto de contacto refuerce la percepción positiva que los clientes tienen de ella” (p. 78, párr. 4). Es fundamental que la nueva sucursal no solo cumpla con los estándares de calidad actuales, sino que también aporte una experiencia igual o superior para consolidar su posicionamiento en el mercado.

### **2.3. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO**

Las estrategias de crecimiento representan las acciones específicas que una empresa implementa para ampliar su alcance, aumentar sus ingresos y mejorar su competitividad en el mercado. La teoría de Ansoff (1957) clasifica estas estrategias en cuatro categorías:

- 1- Penetración de mercado: implica maximizar las ventas en los mercados actuales con los productos o servicios existentes.
- 2- Desarrollo de productos: consiste en la creación de nuevos productos o servicios dirigidos a los clientes actuales.
- 3- Desarrollo de mercado: se enfoca en ingresar a nuevos mercados con los productos o servicios existentes.
- 4- Diversificación: incluye la entrada a nuevos mercados con productos o servicios diferentes a los ofrecidos actualmente.

Para “The Respect Barber Shop”, la estrategia más adecuada es el desarrollo de mercado, centrada en la apertura de una nueva sucursal en un área geográfica distinta, aprovechando la propuesta de valor existente. Esta estrategia no solo permite aumentar la base de clientes, sino también fortalecer la presencia de la marca en nuevos territorios.

La implementación de estrategias de crecimiento debe estar alineada con la capacidad operativa y los recursos de la empresa. Kotler y Keller (2016) indican que “las estrategias de crecimiento deben ser sostenibles y respaldadas por una evaluación rigurosa de los recursos internos y las condiciones del entorno” (p. 102, párr. 1). Por lo tanto, la barbería deberá realizar análisis detallados de su capacidad financiera, operativa y de capital humano antes de ejecutar el plan de expansión.

Durante todo el proceso es necesario llevar un monitoreo continuo de los resultados para garantizar su efectividad. Johnson, Scholes y Whittington (2006) mencionan que “el uso de indicadores clave de desempeño (KPI) permite medir el impacto de las estrategias de crecimiento y realizar ajustes según sea necesario” (p. 89, párr. 2). Para la barbería estos indicadores pueden ser el número de nuevos clientes, la rentabilidad de la nueva sucursal y el nivel de satisfacción del cliente.

## **2.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

El marketing es crucial para que “The Respect Barber Shop” sea competitivo en un mercado en constante evolución. Kotler y Keller (2016) definen el marketing como “el proceso a través del cual las empresas buscan satisfacer las necesidades de los consumidores de manera rentable” (p. 56, párr. 3), lo que en el caso del rubro de la barbería implica no solo ofrecer un servicio, sino crear una experiencia de valor. Esta experiencia debe cubrir cada interacción que el cliente tenga con la barbería, desde el momento de contacto hasta el post-venta.

### **2.5.1. POSICIONAMIENTO DE MARCA**

El posicionamiento de marca es un pilar estratégico para cualquier empresa que busca destacarse en mercados altamente competitivos. En el ámbito de las barberías, lograr un posicionamiento efectivo implica no solo captar la atención de los consumidores, sino también influir en cómo perciben y valoran la propuesta de valor de la marca frente a las alternativas del mercado. Ries y Trout (2001) explican que “el posicionamiento de una marca es la percepción que el consumidor tiene sobre ella, comparada con otras marcas” (p. 34, párr. 2).

En este caso, el posicionamiento debe ser diseñado y ejecutado de manera óptima, resaltando su oferta completa: cortes de pelo profesionales, elementos e insumos de alta calidad, atención personalizada y un ambiente distintivo. Con este enfoque, se puede seguir construyendo una

identidad de marca sólida, alineada con las expectativas de un público objetivo que valora no solo el servicio, sino también la experiencia integral. Para lograr el éxito del posicionamiento de la marca es indispensable contar con una comunicación coherente y efectiva a lo largo de todos los puntos de interacción con los clientes. Kapferer (2012) sostiene que “una marca fuerte no solo comunica beneficios funcionales, sino que también genera conexiones emocionales que fidelizan al consumidor a largo plazo” (p. 112, párr. 3). Cada detalle, desde la estética del local hasta la primera comunicación con el cliente, debe reflejar los valores centrales de la barbería.

### **2.5.2. DIFERENCIACIÓN**

La diferenciación es indispensable para garantizar la sostenibilidad competitiva de la barbería. Kotler (2008) argumenta que “la diferenciación estratégica es clave para destacar en mercados saturados, permitiendo a las empresas ofrecer algo valioso difícilmente replicable por sus competidores” (p. 67, párr. 1). En este contexto, “The Respect Barber Shop” puede posicionarse no solo a través de la calidad de sus cortes, sino también mediante servicios complementarios. La presencia digital se convirtió en un factor crítico para la diferenciación en el sector de servicios. Kotler y Keller (2016) destacan que “la integración de estrategias digitales es esencial para generar visibilidad, interacción y fidelización en mercados modernos” (p. 78, párr. 2). La barbería debe maximizar el potencial de sus plataformas como Instagram y Google, como canales promocionales, de contacto y para medir su alcance y mejorar la percepción de marca.

Es primordial que la diferenciación y el posicionamiento sean sostenibles en el tiempo. Porter (2008) señala que “mantener una ventaja competitiva requiere coherencia estratégica y la capacidad de adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado” (p. 89, párr. 4).

### **2.5.3. SEGMENTACIÓN**

La segmentación de mercado es otro componente clave en la estrategia de marketing de “The Respect Barber Shop”. Dado que el mercado de la barbería tiene características muy diversas, especialmente en una ciudad tan heterogénea como Buenos Aires, es necesario identificar y atender a segmentos específicos de clientes. Kotler (2008) define la segmentación como “el proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores que comparten características similares y que pueden responder de manera similar a las estrategias de marketing” (p. 45, párr. 3). Esto implica el desafío de identificar subgrupos por profesiones, poder adquisitivo, entre otros, para adaptar la propuesta de valor a las necesidades específicas de cada uno. Esta

segmentación permite crear ofertas personalizadas que maximizan la satisfacción del cliente y mejoran la eficiencia de las campañas de marketing.

## **2.6. GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

La experiencia del cliente se consolidó como uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta en la industria de la barbería, ya que determina no solo la satisfacción del cliente, sino también su fidelización y recomendación. Schmitt (2003) señala que “la gestión de la experiencia del cliente implica diseñar e integrar todos los puntos de contacto con el cliente de manera que se logre una experiencia coherente, memorable y única” (p. 23, párr. 2). Este enfoque es particularmente relevante para “The Respect Barber Shop”, donde la experiencia no se limita solo al servicio de corte de pelo, sino que abarca todo el proceso, desde la reserva en línea, pasando por la atención personalizada en el local, hasta la postventa y el seguimiento posterior al servicio. Cada uno de estos puntos de contacto debe ser diseñado cuidadosamente para garantizar una experiencia de calidad y coherente que refuerce la propuesta de valor de la marca.

Lograr la personalización de la experiencia de cada cliente se presenta como una oportunidad al ser un factor diferencial para fidelizar a los clientes y asegurar que cada visita sea una experiencia única. Para todas las empresas, pero principalmente para el rubro de la barbería, el marketing digital es fundamental para la gestión de la experiencia del cliente, por ser un mercado tan competitivo. Por esta razón, “The Respect Barber Shop” debe aprovechar las herramientas digitales disponibles para hacer una mejora continua de su interacción con los clientes. Estas plataformas permiten a la barbería mantener una comunicación constante, conocer preferencias de sus clientes y generar contenido relevante que fortalezca el vínculo emocional entre la marca y su público objetivo. Además, estas herramientas digitales permiten tener indicadores como las reseñas en Google o comentarios positivos/negativos en Instagram, que proporcionan a potenciales clientes información previa de los servicios antes de asistir a la barbería. Esto puede ser un factor positivo o negativo dependiendo de la participación que tenga la barbería en medios digitales.

## **CAPÍTULO II: EL SECTOR Y LA EMPRESA**

### **3.1. SECTOR**

#### ***3.1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE BARBERÍA***

El sector de barbería fue experimentado una evolución significativa en las últimas décadas, pasando de ser un servicio tradicional de cuidado masculino a convertirse en una industria altamente especializada y en crecimiento. La barbería moderna trascendió del simple corte de cabello y afeitado, incorporando una experiencia de cliente más personalizada, servicios adicionales de cuidado capilar y facial, y un fuerte componente estético que consolidó su posicionamiento en el mercado de la belleza y el bienestar.

A continuación, se analizarán distintos aspectos clave del sector: su visión general, tamaño, alcance, tendencias actuales y proyecciones futuras, con un enfoque específico en el mercado argentino y su desarrollo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

#### ***VISIÓN GENERAL DEL SECTOR***

La industria de barbería es una de las ramas más antiguas del sector de servicios personales. Históricamente, las barberías han sido espacios de socialización y cuidado masculino, evolucionando con el tiempo para adaptarse a las tendencias culturales de cada país y estéticas. En la actualidad, el sector logró una mayor sofisticación, integrando elementos de diseño de interiores, servicios Premium y estrategias de marketing digital que redefinieron el modelo de negocio.

Con el paso del tiempo, principalmente post pandemia “Covid 19”, las barberías dejaron de ser negocios familiares de bajo costo a establecimientos con identidad de marca, dirigidos a consumidores que buscan no solo un servicio de calidad, sino también una experiencia diferenciada. Es vital la diferenciación con el servicio personalizado y brindarle todas las comodidades al cliente para lograr una ventaja competitiva dentro de un sector altamente competitivo.

En Argentina, este fenómeno cobró especial relevancia en la última década, con la proliferación de barberías que ofrecen un concepto Premium y un servicio integral de asesoramiento y cuidado personal.

## ***TAMAÑO DEL SECTOR***

El mercado de barberías en la Argentina muestra un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por la revalorización del cuidado masculino y el aumento de la demanda de servicios de estética masculina. De acuerdo con informes del sector, el segmento de peluquerías y barberías en el país representa un volumen de negocio significativo dentro de la industria de la belleza. Al estar dentro de dicha industria, los datos estadísticos e históricos puntuales del rubro de barbería se encuentran incompletos y con poco acceso, esto se debe por ser un sector que recién desde los últimos 10 años está en auge.

En la Ciudad de Buenos Aires, se estima que existen más de 3.000 barberías activas, con una tasa de crecimiento del 8% anual ([https://www.clarin.com/ciudades/buenos-aires-ciudad-peluquerias-000-mayoria-concentra-barrios\\_0\\_BJp4Fvrlm.html](https://www.clarin.com/ciudades/buenos-aires-ciudad-peluquerias-000-mayoria-concentra-barrios_0_BJp4Fvrlm.html)), reflejando la creciente demanda de este tipo de servicios. Además, la digitalización del sector permitió que las barberías expandan su alcance a través de plataformas de reservas en línea y redes sociales, lo que facilitó la fidelización de clientes y el incremento del ticket promedio por visita.

## ***ALCANCE DEL SECTOR***

El alcance del sector de barberías no se limita únicamente a la prestación de servicios presenciales, como el corte de pelo. En los últimos años surgieron diversas líneas de negocio complementarias, como la venta de productos especializados (ceras, geles, polvos texturizadores, insumos para barba, entre otros), la formación de nuevos barberos a través de academias profesionales y la colaboración con marcas de cosmética masculina.

Dentro del ecosistema de la barbería en Argentina, se pueden identificar tres modelos de negocio predominantes:

1. Barberías tradicionales: Pequeños establecimientos orientados a servicios básicos, con precios accesibles y una estructura de negocio simple.
2. Barberías Premium o conceptuales: Enfocadas en la experiencia del cliente, incorporando diseño, ambiente y un servicio diferenciado con precios más elevados.
3. Franquicias y cadenas de barberías: Modelos de expansión escalables que replican una identidad de marca y estándares de servicio en múltiples ubicaciones.

Cada uno de estos modelos tiene un impacto diferente en la dinámica competitiva del sector y define su posicionamiento en función del perfil de cliente al que apuntan.

### 3.1.2. FACTORES MACROAMBIENTALES: ANÁLISIS PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que permite evaluar los factores externos que impactan en la industria de la barbería, proporcionando una visión estructurada sobre los elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden influir en el desempeño del sector. Este modelo permite anticipar riesgos, identificar oportunidades y diseñar estrategias alineadas con el entorno dinámico en el que opera “The Respect Barber Shop”.

Figura 1: Análisis PESTEL

<b>Políticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno</li> <li>• Clima Político</li> <li>• Tendencias electorales</li> <li>• Políticas gubernamentales</li> <li>• Conflictos</li> <li>• Iniciativas, bonos, incentivos</li> </ul>	<b>P</b>	<b>Economía</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencias</li> <li>• Crisis</li> <li>• Ciclos económicos</li> <li>• Políticas de innovación</li> </ul>	<b>E</b>	<b>Socio-culturales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografía</li> <li>• Estilo de vida</li> <li>• Actitudes y opiniones</li> <li>• Imagen corporativa</li> <li>• Aspectos éticos</li> </ul>	<b>S</b>
<b>Tecnología</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura física</li> <li>• Infraestructura tecnológica</li> <li>• Tecnologías emergentes</li> <li>• Investigación</li> <li>• Tecnologías de la información y comunicación</li> <li>• Patentes</li> <li>• Acceso tecnológico</li> </ul>	<b>T</b>	<b>Legislación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antimonopolio</li> <li>• Metodologías gubernamentales</li> <li>• Derecho internacional</li> <li>• Reglamentación nacional</li> <li>• Decretos municipales</li> </ul>	<b>L</b>	<b>Ecología</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas medioambientales</li> <li>• Procesos de producción</li> <li>• Tipo de consumo</li> <li>• Amigabilidad medioambiental</li> <li>• Políticas medioambientales</li> <li>• Regulación</li> </ul>	<b>E</b>

Fuente: Apunte El Análisis Externo (p. 5), Prof. M. Romano, 2021, Universidad de Palermo.

### **FACTORES POLÍTICOS**

Las regulaciones gubernamentales desempeñan un papel clave para la estabilidad del sector de barbería. En la Argentina, la política económica y las decisiones en materia de empleo afectan directamente a los costos operativos de las barberías, especialmente en términos de impuestos, contribuciones patronales y normativas laborales. La alta carga tributaria sobre las pequeñas y medianas empresas es un desafío significativo, ya que influye en la rentabilidad y en la capacidad de expansión del negocio.

Asimismo, las políticas de formalización laboral impulsadas por el estado generaron un impacto directo en el sector, promoviendo la necesidad de registrar empleados, cumpliendo con convenios colectivos y garantizar derechos laborales. Si bien esto fortalece la seguridad jurídica y las

condiciones laborales, también incrementa los costos fijos de las barberías, lo que puede representar una barrera para nuevos emprendimientos. El rubro cuenta con la Cámara Argentina de la Industria de Productos de Higiene Personal, Cosmética y Perfumería (CAPA), que incluye al sector de barberías.

Por otro lado, el acceso a programas de financiamiento y subsidios gubernamentales puede favorecer el crecimiento del sector. En este sentido, iniciativas como líneas de crédito para Pymes o incentivos para la capacitación de trabajadores pueden representar una ventaja competitiva para negocios que buscan profesionalizar sus servicios y mejorar su estructura organizacional. Debido a la falta de estabilidad de Argentina, las líneas de créditos para pequeñas empresas se encuentran con bajas disponibilidades por parte del estado, colocando grandes trabas para acceder y un cupo muy limitado.

### ***FACTORES ECONÓMICOS***

El contexto macroeconómico argentino es un determinante en la evolución del sector. La inflación sostenida, la volatilidad del tipo de cambio y las restricciones en la importación de productos afectan tanto el poder adquisitivo de los consumidores como los costos operativos del negocio y la baja variedad de marcas de maquinaria e insumos. La industria de la barbería, aunque no es considerada un bien de lujo, puede verse impactada en términos de demanda cuando la economía atraviesa períodos de recesión.

El costo de los insumos, tales como productos para el cuidado capilar, mobiliario, herramientas de corte y mantenimiento del local, está directamente vinculado a la situación económica del país. La dependencia de productos importados es un punto crítico, ya que las restricciones a la importación y la inestabilidad cambiaria pueden generar incrementos en los costos de reposición y afectar la rentabilidad del negocio.

Por otro lado, el auge del consumo de experiencias y servicios premium impulsó un segmento de clientes dispuestos a pagar por un servicio diferencial. Esto se traduce en una oportunidad para barberías que logran posicionarse en un nicho de mercado de alta gama, ofreciendo una experiencia de calidad que trasciende el servicio tradicional de corte de pelo.

## ***FACTORES SOCIALES***

Los cambios socioculturales transformaron el concepto de cuidado masculino, posicionando a la barbería como un espacio clave dentro de la industria del bienestar y la estética. Durante décadas, el grooming masculino estuvo limitado a servicios básicos, pero la creciente aceptación de rutinas de cuidado personal en hombres impulsó la demanda de barberías con propuestas innovadoras.

El impacto de las redes sociales y la influencia de figuras públicas fueron determinantes en este cambio de percepción. Actualmente, los clientes no solo buscan un corte de cabello, sino una experiencia que combine estilo, asesoramiento y personalización. Este fenómeno llevó a la diversificación del mercado, con la aparición de barberías boutique que incorporan servicios como tratamientos capilares, afeitados de lujo y venta de productos especializados.

Además, la segmentación de clientes según edad, nivel socioeconómico y preferencias de consumo generó nuevas oportunidades para la industria. Mientras que el público joven tiende a priorizar la estética y el diseño en los cortes de cabello, los clientes de mayor edad valoran la tradición, la calidad del servicio y la confianza en el barbero. Esta diversificación permite que el sector ofrezca múltiples modelos de negocio, adaptándose a las tendencias del mercado y a las expectativas del consumidor.

## ***FACTORES TECNOLÓGICOS***

La tecnología revolucionó la industria de la barbería, facilitando la profesionalización del sector y mejorando la gestión operativa de los negocios. Uno de los avances más relevantes es la incorporación de plataformas digitales de reserva y gestión de turnos, que permiten a los clientes programar sus visitas de manera eficiente, optimizando la administración del tiempo y los recursos de la barbería.

El marketing digital también juega un papel fundamental en la captación y fidelización de clientes. Estrategias basadas en redes sociales, publicidad segmentada y gestión de reseñas demostraron ser herramientas poderosas para fortalecer la imagen de marca y generar un impacto positivo en la percepción del público. Las barberías que logran construir una identidad digital sólida tienen una ventaja competitiva significativa en un mercado donde la reputación y la visibilidad son factores determinantes para el éxito.

Otro aspecto clave es la innovación en herramientas y técnicas de corte. El desarrollo de tijeras y máquinas con tecnología avanzada y la incorporación de productos con ingredientes específicos para distintos tipos de cabello y piel elevaron los estándares de la industria, ofreciendo un valor agregado al cliente.

### ***FACTORES ECOLÓGICOS***

El impacto ambiental comenzó a tomar relevancia en los últimos años en el sector, impulsado por una mayor conciencia ecológica tanto en consumidores como en empresarios del sector. La sostenibilidad se convirtió en un eje de diferenciación para muchas barberías que buscan reducir su huella ambiental mediante prácticas responsables.

La gestión de residuos es un aspecto crítico en este rubro, por ejemplo, el desecho correcto de las navajas luego de su utilización. El uso de productos químicos en tinturas y tratamientos capilares, el consumo de plásticos en envases y la generación de desechos derivados del servicio pueden afectar negativamente el medio ambiente si no se implementan estrategias adecuadas de manejo y reciclaje.

Cada vez más barberías optan por marcas de cosmética sustentable, que utilizan ingredientes naturales, empaques biodegradables y fórmulas libres de componentes agresivos. Esta tendencia no solo responde a una demanda del consumidor, sino que también posiciona a las barberías que adoptan estas prácticas como empresas responsables y alineadas con los valores de sostenibilidad.

Asimismo, el ahorro energético y el uso eficiente del agua se convirtieron en aspectos clave dentro del sector. La instalación de luces LED, sistemas de calefacción y refrigeración con menor consumo energético, y el empleo de métodos de lavado que minimizan el desperdicio de agua son algunas de las estrategias implementadas para hacer que las barberías sean más sostenibles.

### ***FACTORES LEGALES***

El marco normativo que regula la actividad de las barberías en Argentina abarca aspectos relacionados con la habilitación comercial, la seguridad e higiene laboral, y las normativas de

consumo. Cada barbería debe cumplir con requisitos específicos para operar de manera legal, lo que incluye permisos municipales, registros impositivos y certificaciones sanitarias.

El cumplimiento de normas de bioseguridad es fundamental, especialmente en un contexto post-pandemia donde la higiene y el protocolo sanitario cobraron mayor importancia. La correcta desinfección de herramientas, el uso de productos autorizados y la implementación de medidas de seguridad en la atención al cliente son prácticas esenciales para garantizar un servicio seguro.

Otro aspecto relevante es la legislación laboral, que establece condiciones de contratación, jornadas de trabajo y beneficios para los empleados del sector. El cumplimiento de estas normativas es clave para evitar sanciones y garantizar un entorno laboral adecuado para el personal.

## ***CONCLUSIÓN***

El análisis PESTEL revela que el sector de barberías opera en un entorno dinámico donde múltiples factores externos influyen en su desempeño y crecimiento. Lograr comprender estos elementos permite a las barberías adaptar su modelo de negocio, anticiparse a los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado. En este sentido, la diferenciación, la personalización del servicio y la sostenibilidad se presentan como pilares clave para garantizar la competitividad y la expansión de la industria en los próximos años.

### ***3.1.3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA - ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER***

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, desarrollado por Michael Porter, es una herramienta para analizar la competencia en un sector y comprender los factores que afectan la rentabilidad de una industria. Según Porter (2008) "la esencia de la formulación de una estrategia competitiva es relacionar a una empresa con su entorno. El estado de la competencia en una industria depende de cinco fuerzas básicas: la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores y la amenaza de productos o servicios sustitutos" (p. 3, párr. 1).

En el caso de la industria de barberías en Argentina, estas cinco fuerzas determinan, fundamentalmente, el nivel de competitividad y las estrategias que las empresas deben adoptar para diferenciarse y consolidar su posicionamiento en el mercado.

Figura 2: Análisis de las cinco fuerzas de Porter



Fuente: 5 Fuerzas de Porter, 2016, <https://www.5fuerzasdeporter.com/>.

### ***1. PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES***

El poder de los clientes es alto, ya que pueden cambiar de proveedor de servicio con relativa facilidad si no están satisfechos con la calidad, el precio o la experiencia.

Los factores principales son:

- **Alta disponibilidad de opciones:** La gran cantidad de barberías en Buenos Aires da a las clientes múltiples alternativas para elegir.
- **Expectativas de calidad y experiencia:** Los consumidores valoran la personalización del servicio, el trato recibido y la higiene del establecimiento. La insatisfacción en cualquiera de estos aspectos puede llevar a la pérdida de clientes.

- Impacto de las reseñas y redes sociales: Un comentario negativo en Google o redes sociales puede afectar significativamente la reputación de una barbería. Las opiniones y recomendaciones juegan un papel fundamental en la captación y retención de clientes.
- Segmentación del mercado: Mientras que algunos clientes priorizan el precio, otros buscan una experiencia diferenciada y están dispuestos a pagar más por un servicio premium. Esta diversidad obliga a las barberías a adaptar su oferta a distintos segmentos.

## ***2. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES***

La competencia en el sector de barberías en Argentina es alta y continúa en expansión, especialmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Durante los últimos años, el crecimiento del sector llevó a la apertura de numerosas barberías, muchas de las cuales ofrecen conceptos diferenciados para atraer clientes y fortalecer su identidad de marca.

Los factores que demuestran la rivalidad dentro de la industria son:

- Alta fragmentación del mercado: No hay una dominancia clara por parte de una sola empresa o franquicia. La mayoría de los competidores son negocios independientes que buscan posicionarse en una zona específica, principalmente barrios urbanos.
- Diferenciación de servicios: Las barberías compiten no solo en precios, sino también en experiencia, calidad del servicio y fidelización del cliente. La tendencia hacia barberías premium aumentó la necesidad de ofrecer un valor agregado para justificar el alza de precios.
- Lealtad del cliente: La fidelización es un factor clave en el rubro. Un cliente satisfecho tiende a volver al mismo barbero, lo que hace que captar nuevos clientes sea un desafío continuo, buscando estrategias de acercamiento a potenciales clientes y mejorando constantemente la experiencia dentro de la barbería para retener a clientes actuales.
- Accesibilidad y cercanía: Dado que los clientes suelen elegir barberías cercanas a su lugar de residencia o trabajo, la competencia directa se da principalmente entre negocios ubicados en la misma zona geográfica.
- Marketing digital y reputación online: La presencia en redes sociales y plataformas de reseñas como Google son importantes para diferenciarse en un mercado donde la recomendación y la confianza del cliente son determinantes.

### **3. AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES**

El ingreso al sector es moderado en términos de barreras de entrada. Si bien abrir una barbería no requiere una inversión inicial tan elevada en comparación con otras industrias, existen factores que pueden dificultar la sostenibilidad de nuevos negocios:

- Baja inversión inicial, pero costos fijos sostenidos: El equipamiento básico de una barbería (sillas de corte, espejos, maquinaria del personal, insumos, entre otros) tiene costos accesibles. Sin embargo, el alquiler de locales en zonas estratégicas y los costos laborales pueden representar desafíos económicos significativos. Es una industria donde el único camino para bajar costos fijos es aumentar las ventas, siendo todo un desafío en una industria con mucha competencia existente.
- Clientes estables: Atraer y retener clientes es la clave. La barbería nueva debe construir confianza y reputación en un mercado donde la lealtad a barberos específicos.
- Requisitos de formalización: Cumplir con regulaciones laborales, licencias municipales y obligaciones fiscales puede representar un obstáculo para emprendedores que buscan ingresar al sector.
- Crecimiento del modelo de franquicias: Aunque la mayoría de las barberías en Argentina son independientes, algunas marcas comenzaron a expandirse mediante franquicias, estableciendo estándares y modelos de negocio que pueden dificultar la competencia para nuevos jugadores.

### **4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

El poder de los proveedores en la industria es moderado y depende del tipo de productos y servicios que se adquieran. Hay múltiples proveedores, lo que permite la existencia de diversas marcas de productos capilares y herramientas de barbería, lo que reduce la dependencia de un solo proveedor y da margen a la negociación de precios.

Los productos que se utilizan son cada vez más especializados y costosos, ya que las barberías buscan diferenciarse ofreciendo productos de alta gama, obliga a trabajar con marcas específicas y reduce la capacidad de negociación.

El problema de importación y restricciones económicas que tiene Argentina impacta directamente en el sector, afectando el precio y disponibilidad de insumos claves como máquinas de corte, navajas e insumos para el cuidado de la barba y el cabello

Las barberías con mayor volumen de ventas pueden obtener mejores acuerdos con proveedores, mientras que los negocios que están comenzando pueden enfrentar precios elevados en productos fundamentales, lo cual dificulta el crecimiento del mismo.

### ***5. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS***

La amenaza de productos o servicios sustitutos en el sector de barberías es baja. Si bien el contexto tecnológico que enfrentan las industrias, buscando automatizar funciones manuales optimizando costos, puntualmente el en rubro de barbería no existen este tipo de automatizaciones como, por ejemplo, “robots” que corten el pelo.

De todas formas, se debe tener en consideración dos posibles sustitutos de las barberías boutique: Los servicios de corte de pelo a domicilio y servicios de peluquería tradicional.

Aunque existen estas alternativas, la diferenciación basada en la experiencia, la especialización en cortes y el servicio personalizado son factores clave que permiten mitigar esta amenaza.

### ***CONCLUSIÓN***

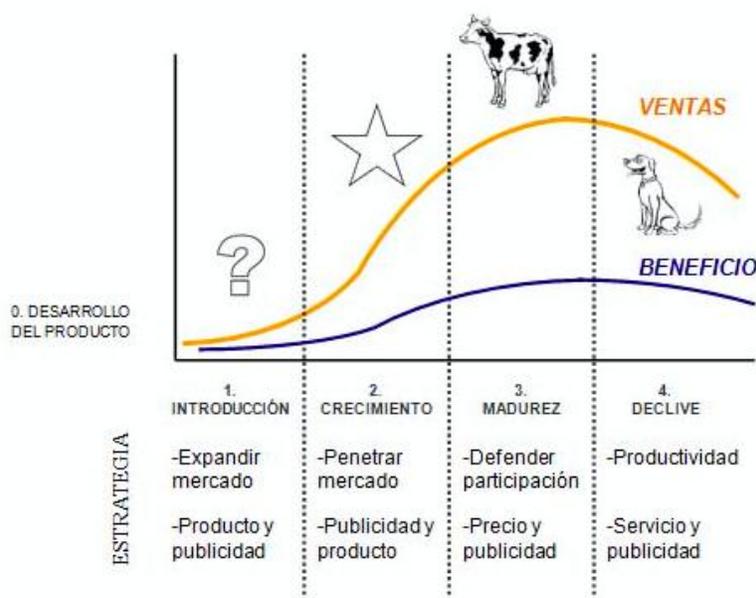
El Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter aplicado al sector de barberías en Argentina revela un mercado altamente competitivo, con una fuerte rivalidad entre las barberías existentes y un poder significativo por parte de los clientes. Las barreras de entrada son moderadas, permitiendo la aparición de nuevos competidores, aunque la fidelización y la diferenciación juegan un papel clave en la sostenibilidad del negocio.

Para garantizar el éxito en este entorno, las barberías deben enfocarse en estrategias de posicionamiento, la construcción de una marca sólida y la generación de una experiencia diferenciada que fomente la lealtad del cliente. Además, la adopción de tecnologías, el desarrollo de programas de fidelización y la integración de servicios premium pueden ser factores determinantes para alcanzar una ventaja competitiva sostenible.

### 3.1.4. CICLO DE VIDA DEL SECTOR

El ciclo de vida de una industria es un modelo que permite comprender la evolución de un sector a lo largo del tiempo y su impacto en las estrategias empresariales. Según Johnson, Scholes y Whittington (2006), "todas las industrias atraviesan un ciclo de vida compuesto por distintas etapas que determinan su nivel de competitividad, rentabilidad y oportunidades de crecimiento" (p. 112, párr. 3). Estas etapas se dividen en: introducción, crecimiento, madurez y declive, y cada una presenta desafíos y oportunidades únicas para las empresas que operan en el sector.

Figura 3: Ciclo de vida de un producto



Fuente: Marketing AF Centro de Estudios de Barcelona, 2019,

<https://www.thepowermba.com/es/blog/etapas-del-ciclo-de-vida-de-un-producto>.

A continuación, se desarrollará una descripción de cada una de las etapas en relación al sector en estudio.

### ETAPAS DEL CICLO DE VIDA DEL SECTOR DE BARBERÍAS

#### 1. ETAPA DE INTRODUCCIÓN

En esta fase, la industria emerge como un concepto innovador o una revalorización de un modelo de negocio preexistente. En el caso del sector de barberías, esta etapa tuvo lugar en la

década de 2010 impulsada por tendencias globales y la creciente preocupación de los hombres por su imagen personal.

Existía una baja demanda inicial, ya que los clientes debían familiarizarse con el servicio y los beneficios. Se ejecutaba una alta inversión en marketing para comunicar al consumidor y generar posicionamiento de marca. Comenzaba el desarrollo de modelos de negocios diferenciados como barberías boutique o la experiencia personalizada para cada cliente. Había escasez de competencia lo que permitía a las primeras barberías lograr una ventaja estratégica con respecto al resto.

## ***2. ETAPA DE CRECIMIENTO***

Actualmente, el sector de barberías en la Argentina se encuentra en una clara fase de crecimiento, impulsada por un cambio en los hábitos de consumo masculino y la profesionalización del rubro. Según Johnson, Scholes y Whittington (2006), "el crecimiento de una industria se caracteriza por un aumento en la demanda, la aparición de nuevos competidores y la expansión de los modelos de negocio exitosos" (p. 135, párr. 4).

Durante décadas, el cuidado personal masculino estuvo asociado exclusivamente con la higiene básica. Sin embargo, en los últimos años, las modas emergentes generaron un cambio en la mentalidad del consumidor. Los hombres ya no solo buscan solo un corte de cabello, sino una experiencia premium que combine estética, asesoramiento personalizado y confort. Debido al crecimiento del mercado se incentivó la capacitación y certificación profesional, elevando los estándares de calidad del servicio. En este sentido, la apertura de academias de formación y la especialización de barberos permitió que el sector se estructure con un mayor nivel de profesionalismo.

A diferencia de décadas anteriores, donde las barberías eran negocios pequeños y tradicionales, en la actualidad surgieron modelos innovadores que buscan diferenciarse en el mercado como:

- Barberías boutique con una propuesta estética exclusiva.
- Franquicias y cadenas que buscan estandarizar el servicio.
- Barberías con servicios adicionales como venta de productos especializados o membresías.

Si bien la fase de crecimiento del sector genera múltiples oportunidades, también desafía a las barberías para sostener su competitividad en el mercado.

Algunas oportunidades del sector en la etapa de crecimiento:

- Apertura de nuevas sucursales en zonas estratégicas con alta demanda.
- Diferenciación de la propuesta de valor, incorporando servicios premium y experiencias exclusivas.
- Alianzas estratégicas con marcas de productos para generar ingresos adicionales.
- Modelos de suscripción y fidelización, ofreciendo descuentos y beneficios para clientes recurrentes.

Algunos desafíos del sector en la etapa de crecimiento:

- Mayor competencia: La gran cantidad de barberías genera una saturación del mercado en algunas zonas, lo que obliga a los negocios a diferenciarse con servicios de calidad y estrategias de fidelización.
- Aumento de costos operativos: El alquiler de locales en zonas estratégicas, la compra de equipamiento profesional y la capacitación del personal representan costos elevados que pueden afectar la rentabilidad del negocio.
- Expectativas crecientes del consumidor: La demanda de una experiencia diferenciada exige a las barberías estar en constante evolución para satisfacer las necesidades de los clientes.

### ***3. ETAPA DE MADUREZ***

Si bien el sector en Argentina aún no alcanzó esta etapa, en mercados más desarrollados como Estados Unidos y Europa, las barberías comenzaron a consolidarse y estandarizar su modelo de negocio. En esta fase se produce una saturación del mercado, con múltiples competidores ofreciendo servicios similares. Las empresas buscan optimizar su rentabilidad, reduciendo costos y aumentando la eficiencia operativa. Aparecen modelos de franquicias y consolidaciones, con cadenas de barberías que buscan captar mayor participación de mercado.

#### ***4. ETAPA DE DECLIVE***

En industrias maduras, esta fase ocurre cuando la demanda disminuye debido a la aparición de sustitutos, cambios en las tendencias de consumo o avances tecnológicos. En el sector de barberías, esto podría ocurrir si las tendencias de cuidado personal cambian y disminuye la demanda de servicios. Por otro lado, las tecnologías de autocuidado avanzan, lo cual les permite a los clientes realizar sus propios cortes de pelos y tratamientos en sus casas, sin la necesidad de trasladarse hasta una barbería y logrando resultados de alta calidad.

También puede ocurrir que la competencia de salones de belleza y peluquerías unisex absorbe parte del mercado objetivo.

#### ***CONCLUSIÓN***

El sector de barberías en Argentina se encuentra en plena fase de crecimiento, impulsado por el cambio en los hábitos de consumo, la digitalización y la profesionalización del rubro. Este contexto presenta oportunidades significativas para el desarrollo de negocios exitosos, pero también plantea desafíos que requieren estrategias de diferenciación y fidelización. Comprender el ciclo de vida del sector es fundamental para la planificación estratégica, ya que permite a las barberías adaptar sus modelos de negocio, optimizar su rentabilidad y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. En este contexto, la innovación y la creación de experiencias de alto valor serán los factores clave para garantizar el éxito en la industria.

Para las barberías es fundamental aprovechar este período de expansión para consolidar su presencia en el mercado, optimizar su rentabilidad y prepararse para una futura etapa de madurez donde la competencia será aún más intensa.

#### ***3.1.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN BARRACAS***

La industria de las barberías en el barrio de Barracas ha experimentado en los últimos años una notable expansión en términos de oferta, profesionalización y sofisticación de los servicios. Este fenómeno responde a múltiples factores: el crecimiento poblacional de la zona, la valorización estética en segmentos masculinos y la consolidación de hábitos de consumo recurrentes en torno al cuidado personal. En este contexto dinámico, The Respect Barber Shop se proyecta como una

propuesta de valor diferencial, con una identidad propia y una estrategia de posicionamiento cuidadosamente diseñada frente a sus principales competidores.

Para comprender el entorno competitivo y validar la estrategia de precios y servicios, se realizó un relevamiento mensual durante el año 2024 sobre 16 barberías ubicadas en Barracas, incluyendo a The Respect Barber Shop. Se analizaron los precios mensuales de los servicios de corte de pelo y corte con barba, así como la evolución mensual de dichos valores. Esta información permite identificar tendencias, comparar niveles tarifarios y valorar el lugar que ocupa actualmente la barbería en relación al promedio del mercado local.

Para el análisis, las barberías competidoras para The Respect Barber Shop son:

- Le barbiere
- Playzone
- Dared Barber
- Ilra Soii
- My look
- La mano de dios
- Pedro Navaja
- Realfade
- Alan Barber
- Tomas Barber
- Stigma
- Ampara Barber
- Stella Barber
- Barbería Matías
- La hacienda Barber
- Mateo Barber

### **Estrategia de precios: por encima del promedio, sin romper el equilibrio**

El análisis de los precios promedio mensuales para el servicio de corte de pelo arroja que, durante el año 2024, el valor medio del barrio pasó de \$4.063 en enero a \$9.071 en diciembre, lo

que representa un aumento acumulado del 123% en doce meses. En ese mismo período, The Respect Barber Shop inició el año con un valor de \$3.500 y cerró en \$10.000, es decir, con un crecimiento del 186%, muy por encima del promedio del barrio.

Figura 3: Precios de cortes – Competencia en Barracas

Barberías	Precio del corte											
	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24	jul-24	ago-24	sept-24	oct-24	nov-24	dic-24
Le barbiere	\$ 5.000	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Playzone	\$ 3.200	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 4.400	\$ 4.800	\$ 5.200	\$ 5.200	\$ 5.800	\$ 5.800	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.500
Dared Barber	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.800	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.600	\$ 6.600	\$ 6.600	\$ 7.700	\$ 7.700	\$ 7.700	\$ 7.700
Iira Soii	\$ 3.500	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000
My look	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000
La mano de dios	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000
Pedro Navaja	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Realfade	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000
Alan Barber	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000
Tomas Barber	\$ 3.000	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Stigma	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Ampara Barber	\$ 3.500	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Stella Barber	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 12.000
Barberia Matias	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 10.000
La hacienda Barber	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Mateo Barber	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 8.500	\$ 8.500	\$ 9.500	\$ 9.500
The Respect Barber Shop	\$ 3.500	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000
<b>Promedios mensuales</b>	\$ 4.063	\$ 4.694	\$ 4.944	\$ 5.275	\$ 5.800	\$ 6.300	\$ 6.613	\$ 6.963	\$ 7.531	\$ 7.888	\$ 8.513	\$ 9.071

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Esta estrategia, sin embargo, no apunta a ubicarse como la opción más costosa del mercado local. En la mayoría de los meses del año, The Respect se mantuvo apenas por encima o alineado al promedio mensual, lo que permitió posicionarse como una opción de valor percibido superior, sin quebrar la barrera de sensibilidad al precio. Esta política tarifaria se basa en el principio de “calidad accesible”, y le permite a la barbería comunicar que ofrece una experiencia premium a un precio razonable para el contexto del barrio.

Una situación similar se observa en el análisis de los precios de corte y barba, donde el promedio del barrio creció de \$4.969 en enero a \$11.088 en diciembre. The Respect inició en \$4.000 y cerró el año en \$12.000, nuevamente por encima del promedio, pero dentro de un margen competitivo, logrando una percepción favorable de calidad sin ubicarse como un servicio inalcanzable.

Figura 4: Precios de corte y barba – Competencia en Barracas

Barberías	Precio corte y barba											
	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24	jul-24	ago-24	sept-24	oct-24	nov-24	dic-24
Le barbiere	\$ 5.600	\$ 7.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 15.000	\$ 15.000
Playzone	\$ 4.000	\$ 4.400	\$ 4.400	\$ 5.000	\$ 5.600	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 8.500
Dared Barber	\$ 4.900	\$ 5.500	\$ 5.900	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.700	\$ 8.000	\$ 9.900	\$ 9.900	\$ 9.900
Ilra Soii	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000
My look	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 8.500	\$ 9.000	\$ 10.500	\$ 11.500	\$ 14.000	\$ 14.000
La mano de dios	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 12.000
Pedro Navaja	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Realfade	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 11.000
Alan Barber	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Tomas Barber	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 10.000
Stigma	\$ 5.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Ampara Barber	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Stella Barber	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 12.000
Barberia Matias	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 7.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 12.000
La hacienda Barber	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Mateo Barber	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 8.500	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 12.000	\$ 12.000
The Respect Barber Shop	\$ 4.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.500	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 11.000	\$ 12.000
<b>Promedios mensuales</b>	\$ 4.969	\$ 5.588	\$ 5.956	\$ 6.281	\$ 6.788	\$ 7.581	\$ 7.956	\$ 8.356	\$ 9.031	\$ 9.569	\$ 10.444	\$ 11.088

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Evolución y agresividad en ajustes

Al revisar la variación mensual de precios, The Respect se distingue por mantener un patrón de incrementos constantes pero moderados. Mientras que algunas barberías presentan saltos abruptos o meses sin variaciones, The Respect ha seguido una lógica de ajuste escalonado (generalmente entre \$500 y \$1.000 por mes), que permitió acompañar la inflación sin generar disconformidad en los clientes habituales.

Figura 5: Variación de precios mensual – Competencia en Barracas

Variación de precios																								
BARBERIAS	ene-24		feb-24		mar-24		abr-24		may-24		jun-24		jul-24		ago-24		sept-24		oct-24		nov-24		dic-24	
	Corte	Corte y barba																						
Le barbiere	\$ 400	\$ 400	\$ 1.500	\$ 1.400	\$ 500	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 3.000	\$ -	\$ -
Playzone	\$ -	\$ 200	\$ 600	\$ 400	\$ -	\$ -	\$ 600	\$ 600	\$ 400	\$ 600	\$ 400	\$ 400	\$ -	\$ -	\$ 600	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 700	\$ 700	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.300
Dared Barber	\$ 500	\$ 600	\$ 500	\$ 600	\$ 300	\$ 400	\$ 700	\$ 600	\$ -	\$ -	\$ 1.100	\$ 800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400	\$ 1.100	\$ 300	\$ -	\$ 1.900	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Itra Soii	\$ 500	\$ 500	\$ 1.500	\$ 500	\$ -	#####	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 5.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -
My look	\$ 700	\$ 700	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 500	\$ -	\$ 1.500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 2.500	\$ 1.000	\$ -
La mano de dios	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 1.000	\$ 2.000
Pedro Navaja	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 2.000	\$ -	\$ -
Realfade	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Alan Barber	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000
Tomas Barber	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 1.000
Stigma	\$ 1.500	\$ 500	\$ -	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ampara Barber	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -
Stella Barber	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 1.000
Barberia Matias	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 2.000
La hacienda Barber	\$ 500	\$ 500	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -
Mateo Barber	\$ 800	\$ 700	\$ -	\$ -	\$ 1.200	\$ 2.500	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ -	\$ -
The Respect	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 2.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Promedios	\$ 965	\$ 1.035	\$ 594	\$ 582	\$ 265	\$ 435	\$ 341	\$ 365	\$ 494	\$ 476	\$ 500	\$ 776	\$ 324	\$ 382	\$ 359	\$ 406	\$ 594	\$ 694	\$ 335	\$ 506	\$ 625	\$ 938	\$ 588	\$ 606
Promedio total	\$ 1.000	\$ 588	\$ 350	\$ 353	\$ 485	\$ 638	\$ 353	\$ 382	\$ 644	\$ 421	\$ 781	\$ 597												

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Esta coherencia es clave desde el punto de vista comercial: permite sostener la fidelidad de los clientes, anticipar ajustes y planificar acciones promocionales como los “planes de cortes” o las alianzas con comercios locales, integradas en su plan de marketing.

El estudio también permite observar un nivel de saturación relativa en la oferta del barrio. Varias barberías compiten en franjas de precio similares, con diferencias poco claras en la propuesta de valor. Esto abre una ventana estratégica para marcas como The Respect, que buscan diferenciarse no solo por el precio, sino también por el estilo, el ambiente, la experiencia y los beneficios asociados.

En particular, el plan de beneficios con comercios aliados, los sorteos mensuales y el programa de fidelización con descuentos cruzados representan herramientas valiosas para escapar a la lógica puramente tarifaria y construir una relación duradera con los clientes.

### **3.1.6. TENDENCIAS Y DESAFÍOS**

#### **ANÁLISIS DE TENDENCIAS EMERGENTES**

El crecimiento del sector fue impulsado por varios factores clave, entre los que destacan:

- Cambio en los hábitos de consumo: Los hombres incrementaron su interés en el cuidado personal, invirtiendo más en productos y servicios de barbería.
- Auge de la estética masculina: La influencia de redes sociales y figuras públicas generó una mayor demanda de cortes de cabello y estilos de barba bien definidos.
- Diversificación del modelo de negocio: La venta de productos especializados, la incorporación de tecnología en la gestión de reservas y la creación de experiencias diferenciales ampliaron el alcance del sector.
- Marketing digital y redes sociales: Plataformas como Instagram y TikTok sirven para barberos y barberías, permitiendo atraer clientes y consolidar su identidad de marca.

#### **DESAFÍOS DEL SECTOR**

Las proyecciones del sector de barberías en Argentina indican que la industria continuará en expansión, con un crecimiento estimado del 8% anual en los próximos cinco años. Este desarrollo estará impulsado por varios factores clave:

- Mayor adopción de tecnología: Implementación de sistemas de gestión avanzados, inteligencia artificial aplicada a la atención al cliente y marketing automatizado.
- Consolidación de marcas y franquicias: Expansión de cadenas que buscan estandarizar la experiencia del cliente y alcanzar economías de escala.
- Demanda de servicios especializados: Aumento en la oferta de tratamientos personalizados para el cuidado capilar y de la barba.
- Creciente inversión en capacitación: Auge de academias de formación para barberos, con certificaciones y programas de entrenamiento profesional.
- Sostenibilidad y responsabilidad social: Integración de prácticas responsables en el uso de productos, reducción de residuos y compromiso con el medio ambiente.

## **3.2. LA EMPRESA**

### **3.2.1. HISTORIA Y ANTECEDENTES**

El 9 de mayo de 2022 se inició el proyecto empresarial denominado “The Respect Barber Shop”, marcando el comienzo de un desafío significativo debido a la inexperiencia de los fundadores en la gestión de un negocio propio respecto al manejo de personal, la administración de habilitaciones y la formulación de contratos, entre otras responsabilidades. A pesar de estas dificultades iniciales, se tomó la decisión firme de avanzar hacia un objetivo largamente anhelado: trabajar de manera independiente en conjunto.

El sector de la barbería fue elegido debido a que uno de los socios había adquirido formación como peluquero durante un año y ya estaba ofreciendo sus servicios a domicilio. Por otro lado, el otro socio estaba buscando una oportunidad para invertir sus ahorros en un proyecto personal, con proyección a largo plazo. En este contexto, en una reunión privada, surgió la propuesta de abrir un local de barbería en el barrio de Barracas, un área conocida por ambos socios desde la infancia. La idea central consistía en que uno de ellos invertiría en la apertura del local, mientras el otro se haría cargo de su administración, contratando a dos barberos adicionales para prestar servicios. En una segunda etapa, se planificó la expansión del negocio con un barbero más, generando ingresos adicionales.

El proyecto se dividió en tres fases. La primera consistía en la apertura y adecuación del local. Tras buscar varios establecimientos que cumplieran con los criterios definidos (amplios, en buenas condiciones y alejados de las avenidas principales) se firmó el contrato el 29 de abril de 2022 para un local en la calle Jovellanos. Paralelamente, se firmaron contratos con dos barberos y se adquirieron los insumos necesarios para el negocio, lo cual representó un desafío debido a la inexperiencia en la identificación de proveedores. Luego de diez días de trabajo intensivo, incluyendo la instalación de luces, habilitaciones y la compra de los últimos insumos, "The Respect Barber Shop" abrió sus puertas el 9 de mayo de 2022.

Durante el primer mes de operación, se ajustaron tanto las modalidades de trabajo como las instalaciones del local. Al finalizar el mes, se registraron 126 cortes de cabello, con un promedio semanal de 42 cortes. A partir de estos resultados, se dio inicio a la segunda etapa del proyecto, que consistía en la implementación de estrategias de ventas con el objetivo de aumentar el número

de clientes y alcanzar un promedio de 100 cortes semanales. Entre las estrategias adoptadas se incluyeron promociones, descuentos, distribución de folletos y sorteos. Como resultado, las ventas crecieron significativamente: 268 cortes en junio, 342 en julio y 464 en agosto.

En septiembre, habiendo alcanzado el objetivo de 100 cortes semanales, se procedió a la tercera etapa del proyecto: la ampliación del local para incorporar un puesto adicional de corte con el objetivo de llegar a 150 cortes semanales. Aunque inicialmente se había planificado que Diego ocuparía este tercer puesto, se decidió contratar a un nuevo barbero debido a la importancia de su rol en la administración y crecimiento del negocio.

El 19 de septiembre de 2022, el local sufrió un robo en el que se sustrajeron maquinaria y elementos valiosos. No obstante, el equipo logró superar esta adversidad, lo que fortaleció aún más la cohesión interna. Tras la ampliación y la implementación de las estrategias de ventas, el negocio alcanzó su objetivo de aumentar su producción un 50%.

A lo largo de 2023, el negocio mantuvo el promedio de cortes previsto y mejoró significativamente el nivel de profesionalismo, posicionándose como una barbería de referencia en el barrio. Entre las mejoras implementadas se incluyeron un servicio más personalizado, una mayor variedad de insumos y un mejor posicionamiento en redes sociales.

En 2024, el éxito del negocio continuó creciendo, alcanzando un promedio de 180 cortes semanales en la primera mitad del año. Asimismo, se desarrolló una base de datos de clientes, registrando información como la frecuencia de cortes, tipo de corte, barbero preferido, y otras métricas relevantes. Se dio comienzo a una academia de barbería en horarios de poca rotación de clientes. Además, se realizó un análisis anual de la competencia, que incluyó la evaluación de precios, la cantidad de barberos y los productos ofrecidos. Finalmente, en términos de posicionamiento, "The Respect Barber Shop" logró ser la barbería mejor calificada en Google dentro de su barrio.

En ese momento, se concluyó que la capacidad del local era insuficiente frente a la creciente demanda.

## **MISIÓN**

"The Respect Barber Shop" tiene como propósito ofrecer un servicio de barbería de excelencia, combinando las tradiciones del rubro con las tendencias actuales en el cuidado masculino. La barbería se distingue por su compromiso con la calidad, la atención personalizada y la creación de un ambiente exclusivo donde los clientes no solo reciben un servicio, sino que experimentan un espacio de confianza y pertenencia.

## **VISIÓN**

El objetivo a largo plazo de "The Respect Barber Shop" es consolidarse como la barbería de referencia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, expandiendo su presencia mediante la apertura de nuevas sucursales sin perder la esencia y la identidad que la caracterizan. La visión estratégica del negocio es posicionar a la barbería como un referente en el sector, no solo por la calidad de sus servicios, sino también por su impacto en la formación y profesionalización de barberos. Para eso, la barbería proyecta la creación de una academia de formación que contribuya al desarrollo del rubro y eleve los estándares de la industria.

## **VALORES**

Los valores fundamentales que guían la operación y crecimiento de "The Respect Barber Shop" son:

- **Respeto:** Como el nombre de la barbería lo evidencia, se busca que cada cliente, colaborador y socio reciba un trato cordial y profesional.
- **Excelencia:** La búsqueda constante de la perfección en cada servicio prestado es un pilar central del negocio, asegurando altos estándares de calidad y satisfacción del cliente.
- **Innovación:** La adaptación a las nuevas tendencias y la incorporación de herramientas y técnicas modernas son clave para mantenerse competitivo en un mercado en constante evolución.
- **Compromiso:** Se trabaja con dedicación y profesionalismo para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes, garantizando confianza y fidelización.

- **Comunidad:** "The Respect Barber Shop" no solo busca atender clientes, sino crear un espacio de pertenencia y cercanía, fomentando una comunidad que valore la cultura de la barbería y el servicio de calidad.

Estos valores no solo reflejan la esencia del negocio, sino que también son la base sobre la cual se construye su estrategia de expansión y diferenciación en el mercado.

### 3.2.2. SITUACIÓN ACTUAL

A continuación, se desarrollará un Business Model Canvas de "The Respect Barber Shop" para comprender y optimizar su modelo de negocio actual, facilitando la identificación de las fortalezas y áreas de mejora en aspectos claves.

Figura 6: Business Model Canvas



Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 3.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de la barbería es horizontal y funcional, adecuada para un negocio en crecimiento que prioriza la agilidad en la toma de decisiones y la eficiencia operativa. La organización cuenta con una jerarquía clara pero flexible, que permite una comunicación fluida

entre los socios y los empleados, fomentando un ambiente colaborativo sin perder de vista la autoridad necesaria para la gestión del negocio.

La barbería está compuesta por dos niveles jerárquicos principales: los socios propietarios y el equipo operativo de barberos.

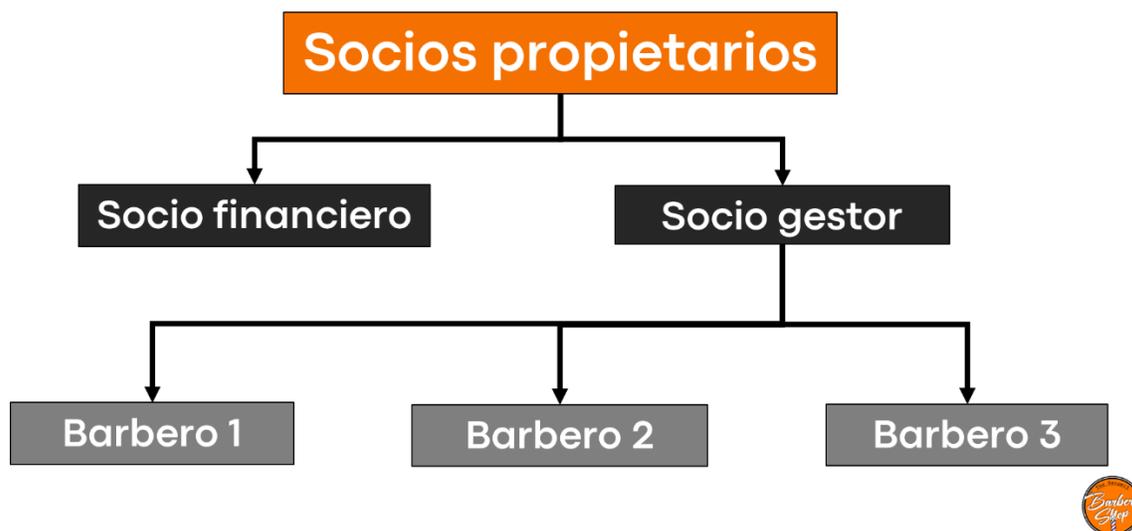
- Socios Propietarios:
  - Socio Financiero: es el responsable de la inversión inicial y del respaldo financiero del proyecto. Aunque no participa en la gestión diaria, su rol es fundamental en la toma de decisiones estratégicas, especialmente en lo que respecta a la expansión del negocio, la asignación de recursos y las inversiones a largo plazo.
  - Socio Gestor: es el encargado de la gestión diaria del negocio, incluyendo la supervisión de las operaciones, la administración del personal, la implementación de estrategias comerciales y la relación con proveedores. Este socio también lidera el desarrollo de la experiencia del cliente, asegurando que se mantengan los estándares de calidad.

Ambos socios tienen poder de decisión sobre las estrategias clave del negocio, pero la operativa diaria recae en el socio gestor, quien actúa como el enlace directo entre la dirección y el equipo de barberos.

- Equipo de Barberos: está compuesto por 3 (tres) barberos profesionales, cuya función principal es la prestación de servicios de corte de pelo y barba. Aunque los barberos no participan en la toma de decisiones estratégicas, sus opiniones y sugerencias son valoradas por los socios, especialmente en lo que respecta a la mejora de los servicios y la atención al cliente.

La comunicación entre los socios y los empleados es bidireccional, lo que permite mantener un ambiente de trabajo abierto y colaborativo. Este enfoque no sólo motiva al equipo, sino que también contribuye a la mejora continua del negocio, al integrar la perspectiva de quienes están en contacto directo con los clientes.

Figura 7: Diagrama de la Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración propia, 2025.

#### 3.2.4. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Dentro de la barbería se ofrecen una gama de productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de un público que valora la calidad, la atención personalizada y la experiencia integral.

A continuación, se desarrollará una descripción detallada de ambos:

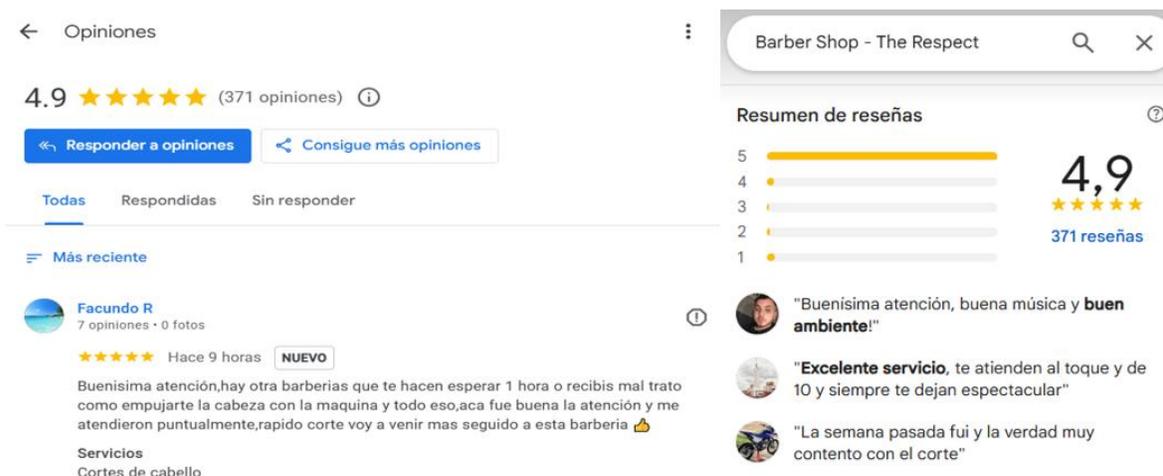
- Servicios Ofrecidos:
  - Corte de pelo: la barbería ofrece una amplia variedad de estilos, desde cortes clásicos hasta las últimas tendencias en peinados masculinos. Los barberos están capacitados en técnicas de precisión y asesoramiento personalizado, adaptando cada corte a las características y preferencias del cliente.
  - Afeitado clásico: uno de los servicios más comunes es el afeitado clásico, utilizando técnicas tradicionales que incluyen el uso de toallas calientes, navaja recta, afeitadora shaver y productos de alta calidad para el cuidado de la piel, evitando irritaciones.
  - Diseños de pelo y perfilado de cejas: es un servicio muy usual en los más jóvenes, quienes acompañan las modas del mercado con diseños de pelo personalizados. También, usualmente se opta por acompañar el corte con un perfilado de cejas.

- “The Respect Academy” - academia de barbería: en horarios de menor rotación, la barbería funciona como un espacio de formación profesional. Se ofrecen cursos y talleres para aspirantes y barberos en formación, contribuyendo a la profesionalización del rubro y generando una fuente adicional de ingresos.
- Productos Comercializados
  - Productos para el cuidado de la barba:
    - Aceites y bálsamos para barba de marcas reconocidas.
    - Peines y cepillos de alta calidad para el mantenimiento diario.
  - Productos para el pelo:
    - Ceras, geles y polvos texturizadores para peinados puntuales.
    - Shampoos y acondicionadores específicos para diferentes tipos de cabello.
  - Accesorios de barbería:
    - Máquinas de corte, tijeras y afeitadoras (venta por pedido).
  - Bebidas:
    - Gaseosas reconocidas, cerveza artesanal, agua y energizantes.

### **3.2.5. POSICIONAMIENTO Y VENTAJAS COMPETITIVAS**

"The Respect Barber Shop" logró posicionarse en un mercado altamente competitivo gracias a una propuesta de valor diferenciada que combina la excelencia en el servicio con una experiencia integral para el cliente. Como dato de valor, se consolidó como una barbería de referencia en el barrio de Barracas, destacándose por ser la mejor calificada en Google dentro de su zona.

Figura 8: Reseñas en google – “The Respect Barber Shop”



Fuente: Google, 2025, <https://acortar.link/zBe1vH>

Este éxito logrado por la barbería se debe a sus ventajas competitivas, las cuales se trabajan cotidianamente para lograr una mejora continua. Las siguientes son algunas de ellas:

- **Atención personalizada y asesoramiento profesional:** cada cliente recibe un trato exclusivo, con un enfoque en el asesoramiento individualizado que permite adaptar los servicios a sus necesidades específicas. Los barberos no solo ejecutan cortes de pelo, sino que también actúan como consultores en imagen personal, guiando a los clientes en la elección de estilos que mejor se adapten a su fisonomía y preferencias.
- **Ambiente exclusivo y una experiencia única:** se diseñó un ambiente único que transforma cada visita en una experiencia sensorial completa. El diseño del local, la música seleccionada y la disposición del espacio están pensados para generar un entorno relajante y sofisticado. Este enfoque convierte la visita a la barbería en un momento de disfrute y desconexión para el cliente, diferenciándose de las peluquerías convencionales.
- **Profesionalismo y formación continua:** tener un equipo profesional y la capacitación constante en nuevas técnicas y tendencias del cuidado masculino garantiza que los servicios ofrecidos estén siempre a la vanguardia del mercado. Además, la creación de la “The Respect Academy” permitió no solo formar nuevos talentos, sino también fortalecer la reputación de la barbería como un centro de referencia en el rubro.

- Programas de fidelización y presencia digital: la implementación de programas de fidelización, como descuentos para clientes recurrentes y promociones exclusivas, contribuyó a fortalecer la relación con la clientela y aumentar la retención. La barbería cuenta con una fuerte presencia en redes sociales como *Instagram*, donde se comparte contenido relevante, promociones y testimonios de clientes.

### **3.2.6. CLIENTES Y MERCADOS**

#### **SEGMENTOS DE CLIENTES**

"The Respect Barber Shop" identificó tres segmentos de clientes principales en el barrio de Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires:

- Hombres adolescentes y adultos entre 15 y 45 años que valoran la estética y el cuidado personal.
- Padres y madres con hijos entre 3 y 14 años.
- Mujeres de 18 a 30 años que buscan un corte novedoso y actual a la moda.

#### **ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO**

Barracas es un barrio ubicado en el sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, delimitado por las avenidas Caseros, Regimiento de Patricios, las calles Iguazú, Miravé y el Riachuelo al sur. Limita al norte con Constitución y Parque Patricios, al oeste con Nueva Pompeya y al este con La Boca.

Según datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022, Barracas cuenta con una población de 89.452 habitantes.

Figura 9: Gráfico poblacional de Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires



Fuente: Citypopulation, 2025,

[https://www.citypopulation.de/es/argentina/caba/admin/comuna\\_4/CABA041\\_barracas/](https://www.citypopulation.de/es/argentina/caba/admin/comuna_4/CABA041_barracas/).

En relación a la estructura etaria y de género de la población de Barracas que es del interés de la barbería:

- Hombres de 15 a 45 años: Aproximadamente 21.000 individuos.
- Niños de 3 a 14 años: Cerca de 11.500 individuos.
- Mujeres de 18 a 30 años: Alrededor de 9.000 individuos.

Estos datos indican que una proporción significativa de la población de Barracas se encuentra dentro de los segmentos de clientes objetivo de "The Respect Barber Shop". La ubicación estratégica permite atender a una clientela diversa y en crecimiento, alineada con sus objetivos de mercado.

## ANÁLISIS DE LA BASE DE CLIENTES

Disponer de una base de datos depurada y actualizada es muy importante para comprender el comportamiento de compra y la lealtad del cliente. En un contexto donde la fidelización es un factor determinante para la sostenibilidad del negocio, el estudio detallado de los patrones de

consumo y las preferencias individuales permite identificar oportunidades para optimizar la relación con los clientes y diseñar estrategias comerciales más efectivas.

Por ello, la barbería cuenta con una base de datos de 813 contactos, lo que representa un valioso activo para la toma de decisiones estratégicas. Esta base de datos no solo permite registrar información básica, sino que también ofrece un panorama integral sobre la frecuencia de asistencia, los canales de comunicación preferidos, la relación del cliente con la marca y su nivel de compromiso.

Figura 10: 1º Parte, base de datos “The Respect Barber Shop”

Nombre	Apellido	¿Es cliente actualmente?	¿Queremos tenerlo como cliente?	Instagram	Whatsapp	Barbero de preferencia	Asistencia	Reseña google	¿Nos sigue en Instagram?
		Si	Si			Facundo	7 días	Si	Si
		Si	Si			More	7 días	Si	No
		Si	Si			Indistinto	15 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	15 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			More	30 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	No	Si
		Si	Si			More	15 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	7 días	No	Si
		Si	Si			Facundo	30 días	No	Si
		Si	Si			More	15 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	7 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	15 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	15 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	15 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	No	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			Indistinto	30 días	Si	Si
		Si	Si			More	15 días	Si	Si

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 11: 2º Parte, base de datos “The Respect Barber Shop”

Anteúltima vez (FECHA)	Anteúltima vez (DÍA)	Última vez (FECHA)	Última vez (DÍA)	Anteúltima vez (FECHA)	Anteúltima vez (DÍA)	Última vez (FECHA)	Última vez (DÍA)
31/12/2024	martes	04/01/2025	sábado	11/01/2025	sábado	18/01/2025	sábado
20/12/2024	viernes	28/12/2024	sábado	03/01/2025	viernes	17/01/2025	viernes
06/12/2024	viernes	20/12/2024	viernes	27/12/2024	viernes	06/01/2025	lunes
03/07/2024	miércoles	27/09/2024	viernes	05/11/2024	martes	13/12/2024	viernes
22/10/2024	martes	12/11/2024	martes	06/12/2024	viernes	24/12/2024	martes
06/05/2024	lunes	04/07/2024	jueves	04/07/2024	jueves	17/08/2024	sábado
23/11/2024	sábado	05/12/2024	jueves	21/12/2024	sábado	15/01/2025	miércoles
05/10/2024	sábado	18/10/2024	viernes	29/11/2024	viernes	10/01/2025	viernes
05/10/2024	sábado	12/11/2024	martes	14/12/2024	sábado	14/01/2025	martes
12/07/2024	viernes	27/07/2024	sábado	26/10/2024	sábado	28/11/2024	jueves
14/6/2024	viernes	30/09/2024	lunes	13/11/2024	miércoles	23/12/2024	lunes
22/11/2024	viernes	06/12/2024	viernes	20/12/2024	viernes	17/01/2025	viernes
23/11/2024	sábado	09/12/2024	lunes	24/12/2024	martes	11/01/2025	sábado
05/07/2024	viernes	19/07/2024	viernes	27/07/2024	sábado	10/08/2024	sábado
27/06/2024	jueves	28/08/2024	miércoles	31/10/2024	jueves	13/12/2024	viernes
31/10/2024	jueves	15/11/2024	viernes	05/12/2024	jueves	23/12/2024	lunes
28/06/2024	viernes	02/07/2024	martes	04/09/2024	miércoles	22/10/2024	martes
20/07/2024	sábado	20/07/2024	sábado	31/08/2024	sábado	14/10/2024	lunes
13/07/2024	sábado	27/07/2024	sábado	04/12/2024	miércoles	07/12/2024	sábado
20/09/2024	viernes	26/10/2024	sábado	30/11/2024	sábado	17/01/2025	viernes
07/11/2024	jueves	30/11/2024	sábado	20/12/2024	viernes	09/01/2025	jueves
24/10/2024	jueves	28/11/2024	jueves	10/12/2024	martes	27/12/2024	viernes
29/11/2024	viernes	14/12/2024	sábado	31/12/2024	martes	17/01/2025	viernes

Fuente: Elaboración propia, 2025.

A continuación, se detallará cada campo disponible de la base de datos:

- “Nombre y apellido” de cada cliente.
- “¿Es cliente?” – Si / No: con esto la barbería tiene el dato verídico de retención de cliente y, en caso que haya dejado de asistir, poder saber que cliente es y ejecutar alguna estrategia para recuperar a dicho cliente
- “¿Queremos tenerlo como cliente?” – Si / No: al ser una barbería boutique se debe apuntar correctamente al público objetivo. Por ello, se determina si el cliente que asiste es del tipo que la marca “The Respect Barber Shop” busca.
- Canales de comunicación de cada cliente:
  - “Instagram” y “WhatsApp”: Canales ideales para lograr el acercamiento con los clientes, comunicación de la marca y la difusión de promociones. La barbería decidió tomar por separado cada dato porque cada canal tiene su propia estrategia.
- “Barbero de preferencia” – Indistinto / Facundo / Matías / More: a través de esta información la barbería puede lograr la trazabilidad de, por ejemplo, que barbero es el más solicitado, que días tiene mayor/menor ocupación para poder desarrollar estrategias de comunicación óptimas, entre otras. El dato específico es:
  - Indistinto: 542 clientes
  - More: 97 clientes

- Facundo: 80 clientes
- Matías: 50 clientes
- “Habitualidad” – 7 días / 15 días / 30 días: en el mundo de la barbería, existen 3 tendencias para cortarse el pelo: Semanal, quincenal, mensual. Bajo este parámetro, la base de datos permite tener el dato de habitualidad de asistencia que cada cliente tiene. Sirve para actuar en caso de ver que clientes demoran más sus cortes y también para motivar a aquellos que se cortan el pelo mensualmente para que lo hagan de manera quincenal, logrando así que la persona lo naturalice y comience a cortarse 2 veces por semana, es decir, duplicar venta por cliente
- “Reseña de google” – Si / No: valor clave para hacer difusiones a clientes que vivieron la experiencia en la barbería y aun no dejaron su opinión en Google. Como dato, de los 813 contactos de la base, solo 371 han dejado su reseña.
- “Nos sigue en Instagram” – Si / No: similar al caso anterior, pero con el objetivo de amplificar la marca y no de conversión. La red social “Instagram” es un factor fundamental de la barbería para generar imagen y presencia, por ello la barbería trabaja en lograr seguidores de calidad para tener una audiencia que le sirva.
- “Historial de asistencia”: la barbería determinó tener el dato de las últimas 2 veces que asistió a cortarse el pelo con la fecha y que día de la semana fue. Se debe a que si se repiten las 2 veces algunos datos específicos (Día de asistencia, habitualidad y barbero) el esquema está funcionando correctamente. En caso de notar algún cambio en alguno de ellos, poder determinarlo y poder atacar el problema para normalizar la situación.

La base de datos cuenta con los siguientes datos en relación a la asistencia del cliente en la barbería:

- “Ante última asistencia”:
  - Fecha de asistencia.
  - Día de la semana de asistencia: es fundamental para determinar verídicamente el día que el cliente desea cortarse el pelo y poder proyectar demanda futura por días.
- “Última asistencia”:
  - Fecha de asistencia.

- Día de la semana de asistencia.

### 3.2.7. ANALISIS FODA

El Análisis FODA es una herramienta estratégica que permite evaluar tanto los factores internos como externos que afectan el desempeño de una empresa. Esta metodología se basa en la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, proporcionando una visión integral del contexto en el que opera el negocio. Según Johnson, Scholes y Whittington (2006), “el análisis FODA es esencial para comprender las capacidades internas de una organización y su relación con el entorno competitivo, facilitando la formulación de estrategias efectivas” (p. 102, párr. 3).

A diferencia de otros modelos de análisis, el FODA permite no solo conocer la posición actual de la empresa, sino también identificar las estrategias de crecimiento y las áreas que requieren mejoras. Mientras que las Fortalezas y Debilidades se centran en los recursos internos y las capacidades de la empresa, las Oportunidades y Amenazas reflejan las condiciones externas del mercado, como las tendencias emergentes, la competencia y los cambios en las preferencias del consumidor.

Este enfoque permite trazar una hoja de ruta clara para el desarrollo estratégico, ajustando el modelo de negocio a las dinámicas del sector.

Figura 12: Análisis FODA



Fuente: SumaleMarketing, 2020, <https://sumalemarketing.com/analisis-foda-que-es/>

A continuación, se desarrollará el análisis FODA aplicado a “The Respect Barber Shop”:

- Fortalezas:
  - Posicionamiento sólido en el mercado local (Barracas).
  - Equipo de barberos altamente capacitado y en constante formación.
  - Líder en reputación online (google).
  - Atención personalizada y asesoramiento a cada cliente.
  - Ambiente exclusivo (música, limpieza, orden).
  - Base de datos depurada y actualizada.
  - Gestión de redes sociales.
  - Tiempo de respuesta a comunicaciones (7,3 minutos de promedio).
  - Fuerza de venta directa y comunicación 1 a 1.
  - Fidelización de clientes habituales y alta retención.
  - Óptima gestión de turnos, respetando los horarios y evitando demoras al cliente.
  - Protocolos estandarizados para la gestión del personal y operaciones.
- Oportunidades:
  - Expansión geográfica a nuevos barrios o zonas de mayor afluencia.
  - Crecimiento del sector de barberías.
  - Alianzas con marcas para la venta de productos.
  - Mayor digitalización del negocio a través de plataformas de reservas y marketing digital.
  - Incorporación de servicios complementarios como colorimetría.
  - Desarrollo de nuevos programas de fidelización.
  - Participación en eventos de la industria y ferias locales para aumentar la visibilidad.
  - Potencial para franquiciar el modelo de negocio en el mediano plazo.
  - Introducción de servicios de suscripción por servicios.
- Debilidades:
  - Capacidad física limitada en el local actual que restringe el crecimiento.
  - Falta de diversificación en servicios complementarios fuera de los cortes y afeitados.
  - Ausencia de un plan estructurado para la expansión o apertura de nuevas sucursales.
  - Recursos financieros limitados para una expansión rápida.

- Amenazas:
  - Aumento de la competencia en la zona con nuevas barberías emergentes.
  - Inestabilidad económica en Argentina.
  - Cambios en las preferencias del consumidor hacia servicios más económicos o alternativos.
  - Riesgos de seguridad en el local tras experiencias de robos pasados.
  - Regulaciones gubernamentales que podrían afectar la operación de pequeñas empresas.

### **3.2.8. RECURSOS**

En esta sección, se detallará la maquinaria y elementos claves para la operatoria de la barbería:

- Máquina corte wahl magic clip
- Shaver babyliss pro BFS2AR
- Patillera babyliss pro FX673NAR
- Máquina corte wahl cordeless súper taper
- Shaver vanta
- Patillera kemel KM-1949
- Máquina corte wahl magic clip
- Shaver vanta
- Patillera teknikpro GTA-1009
- Secador tophouse KF-K9
- Secador allure profesional
- Secador Arrow 3000
- Patillera babyliss pro boost +
- Muebles de corte x3
- Espejos x3
- Sillas de corte x 3
- Aros luz x3
- Polo barber
- Sillón de espera
- Insumos en general: Geles, ceras, polvos texturizadores, entre otros.

## **CAPÍTULO III: MARCO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

El presente capítulo establece el enfoque metodológico que sustentará la investigación de mercado orientada a evaluar las oportunidades y desafíos para la expansión del negocio en Barracas. Se fundamenta en la necesidad de contar con información precisa y actualizada sobre el comportamiento de compra, las preferencias del consumidor y el entorno competitivo, elementos críticos para definir una estrategia de crecimiento sustentable.

### **4.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La realización de una investigación de mercado es necesaria por la importancia de conocer en profundidad el contexto en el que se operará la expansión. En un sector en constante evolución como el de la barbería, entender las dinámicas del mercado es esencial para tomar decisiones estratégicas que minimicen riesgos y potencien oportunidades.

La recopilación de datos sobre el perfil del consumidor, la frecuencia de compra y la satisfacción del cliente permitirá a la empresa ajustar su oferta, fortalecer su posicionamiento y anticipar tendencias futuras. Además, la identificación de oportunidades en canales digitales y estrategias de fidelización se vuelve crucial para mantener el crecimiento en un mercado competitivo, como lo señala Kotler y Keller (2016): *"El marketing es el proceso a través del cual las empresas buscan satisfacer las necesidades de los consumidores de manera rentable"* (p. 56, párr. 3).

### **4.2. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN**

A pesar del éxito demostrado en su operación actual, el negocio enfrenta el reto de expandirse en un entorno donde el comportamiento del consumidor y las condiciones del mercado están en constante cambio. La carencia de un análisis detallado que integre estos factores podría limitar la efectividad de la estrategia de expansión. De esta forma, el problema central se plantea en torno a la incertidumbre acerca de la viabilidad de ampliar la oferta en Barracas, dadas las variaciones en el perfil y la fidelidad de la clientela, así como las condiciones competitivas del sector.

### **4.3. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Aunque la barbería ha logrado consolidar una posición favorable en su zona de origen, la falta de información precisa sobre las preferencias y comportamientos de compra de los clientes en Barracas dificulta la planificación de una estrategia de expansión eficaz. Esta incertidumbre se

traduce en la necesidad de identificar las oportunidades y limitaciones que presenta el mercado, tales como la segmentación del público, los canales de comunicación efectivos y la respuesta de la competencia.

Además, la ausencia de un análisis profundo sobre la frecuencia de asistencia y la lealtad de los clientes puede comprometer la sostenibilidad de una posible ampliación del negocio. En consecuencia, resulta imperativo realizar una investigación que permita formular estrategias basadas en datos verídicos y actualizados.

#### **4.4. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El objetivo general de la investigación es evaluar las condiciones del mercado en Barracas para la expansión de “The Respect Barber Shop”, analizando el comportamiento de compra y la lealtad de los clientes, así como identificar oportunidades de crecimiento y áreas de mejora en la oferta de servicios. Esto se logrará mediante la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, con el fin de diseñar una estrategia de expansión que optimice la rentabilidad y fortalezca el posicionamiento de la empresa en un entorno altamente competitivo.

#### **4.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para abordar el problema planteado, se adoptará un enfoque mixto que combine métodos cuantitativos y cualitativos. Este diseño permitirá obtener una visión integral del mercado y de los comportamientos de los consumidores.

A continuación, se describen los componentes del diseño:

- Recopilación de Datos Cuantitativos: Se llevará a cabo mediante encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa de la población en Barracas. Las encuestas incluirán preguntas sobre la frecuencia de asistencia, el nivel de satisfacción, la preferencia por determinados servicios y la percepción del valor de la oferta actual.
- Recopilación de Datos Cualitativos: Se realizarán entrevistas en profundidad con clientes actuales y potenciales, así como con expertos del sector. Estas entrevistas permitirán explorar en detalle las motivaciones, expectativas y percepciones que influyen en el comportamiento de compra, y proporcionarán una perspectiva enriquecedora para complementar los datos cuantitativos.

- Análisis de la Información: Se utilizarán herramientas estadísticas para analizar los datos cuantitativos y técnicas de análisis temático para interpretar las entrevistas. Este proceso facilitará la identificación de patrones y tendencias que sustenten la formulación de estrategias de expansión.
- Validación de Resultados: Se implementará un proceso de triangulación de datos, combinando la información obtenida a través de distintos métodos, lo que garantizará la robustez y validez de los hallazgos.

El enfoque metodológico adoptado no solo permite una comprensión detallada del entorno de Barracas, sino que también proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas que impulsen la expansión del negocio en un mercado dinámico y competitivo.

**LINK ENCUESTA:** <https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS, PROPUESTA DE PLAN Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **5.1. RESULTADOS**

Con el objetivo de obtener información clave para la expansión de “The Respect Barber Shop”, se llevó a cabo una encuesta dirigida a hombres de entre 18 y 45 años, con el fin de analizar sus hábitos de consumo, preferencias y percepciones sobre el servicio de barbería. La investigación contó con la participación de 56 personas, proporcionando una muestra representativa para evaluar la viabilidad del proyecto.

Un aspecto relevante de los resultados es la distribución geográfica de los encuestados. El 50% de los participantes residen o asisten con frecuencia al barrio de Barracas, lo que permite obtener una visión precisa sobre el comportamiento del consumidor en la zona donde se planea la expansión. Sin embargo, el otro 50% proviene de diferentes barrios, lo que representa un valor estratégico adicional. Estos datos permiten identificar tendencias generales en el sector de las barberías, así como analizar las mejores prácticas y atributos que los clientes valoran en otras ubicaciones.

Este análisis detallado de cada respuesta permitirá fundamentar decisiones estratégicas para la expansión de la barbería, asegurando que la nueva sucursal esté alineada con las necesidades del mercado y las expectativas de los consumidores.

A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos a partir de la encuesta y su respectiva interpretación en el contexto del plan de negocio.

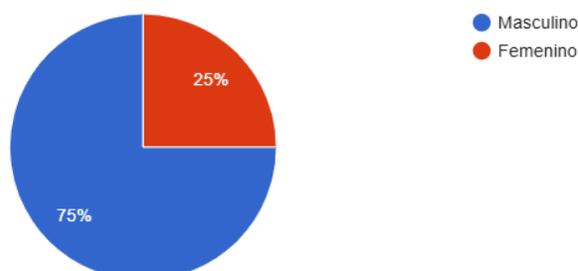
#### **Respuesta 1:**

El 75% de los encuestados son hombres, mientras que un 25% son mujeres. Esta distribución es relevante porque, si bien el negocio de “The Respect Barber Shop” ha estado tradicionalmente enfocado en un público masculino, el 25% de participación femenina sugiere una oportunidad de expansión hacia un segmento que podría estar interesado en servicios especializados para mujeres.

Figura 13: Gráfico respuesta 1

¿Cuál es tu género?

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,  
<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

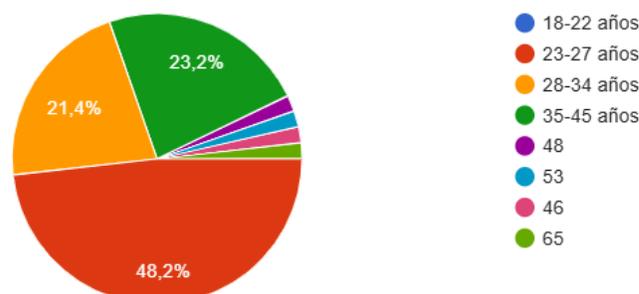
## Respuesta 2:

Los resultados muestran que casi la mitad de los encuestados (48,2%) tienen entre 23 y 27 años, seguido por un 23,2% en el rango de 35 a 45 años y un 21,4% entre 28 y 34 años. La participación de los extremos etarios (menores de 22 años y mayores de 45) es mínima, representando solo un 7,2% del total.

Figura 14: Gráfico respuesta 2

¿Cuál es tu edad?

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,  
<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

**Respuesta 3:**

El 32,1% de los encuestados residen en Barracas, mientras que el 67,9% no viven allí. Dentro de este grupo, un 12,5% frecuenta regularmente la zona, un 5,4% trabaja o estudia en Barracas, y el 50% no tiene relación directa con el barrio.

Aunque sólo un tercio de los encuestados vive en Barracas, el 17,9% adicional que trabaja, estudia o visita regularmente el barrio representa un segmento potencialmente interesado en una nueva sucursal.

Como se mencionó anteriormente, este dato es muy valioso para entender que la encuesta obtuvo público externo al barrio de barracas, con la finalidad de tener información respecto a tendencias, hábitos y formas de consumo que puede ser tenidas en cuenta en un futuro para la barbería

Figura 15: Gráfico respuesta 3

**¿Vivís en el barrio de Barracas?**

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

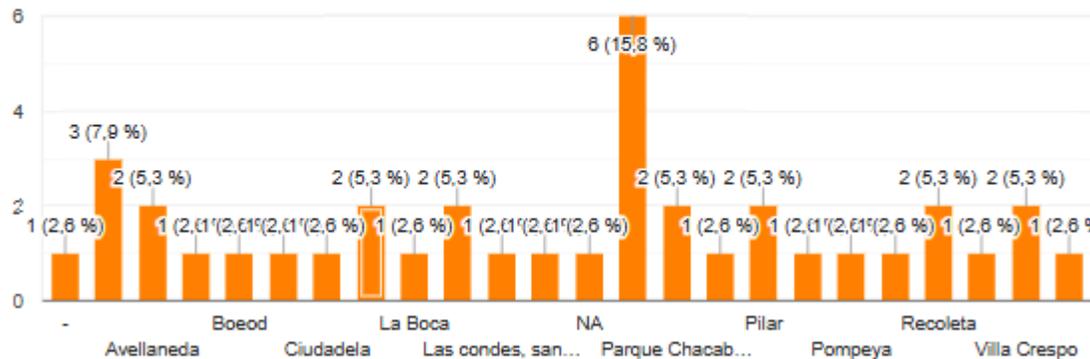
**Respuesta 4:**

Se muestra una marcada variabilidad de los distintos barrios de las 38 personas que no viven en Barracas. El barrio de Palermo predominó con un 15,8%, luego le siguió Almagro con el 7,9% y por último compartieron un 5,3% Recoleta, Villa Crespo, Avellaneda, Almagro, La Boca y Parque Chacabuco.

Figura 16: Gráfico respuesta 4

**Si no vivís en Barracas, ¿en qué barrio residís?**

38 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

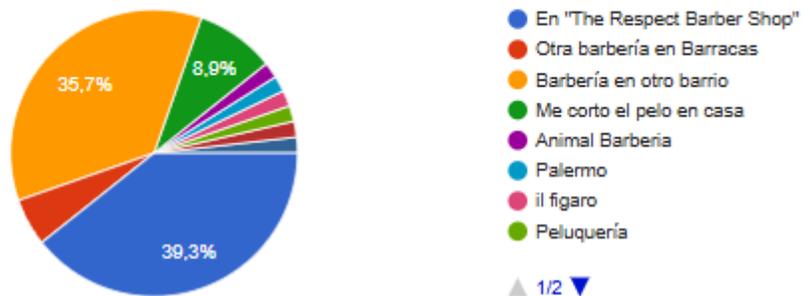
**Respuesta 5:**

Casi el 40% de los encuestados son clientes actuales de “The Respect Barber Shop”, mientras que el 35,7% elige una barbería en otro barrio. Un porcentaje menor (5,4%) se corta el pelo en otra barbería de Barracas, mientras que un 8,9% lo hace en su casa.

Figura 17: Gráfico respuesta 5

**¿Dónde te cortás el pelo actualmente?**

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

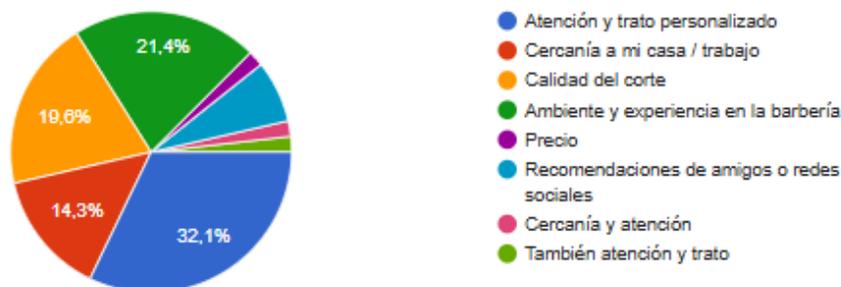
**Respuesta 6:**

El 32,1% de los encuestados prioriza la atención y el trato personalizado, seguido por un 21,4% que valora el ambiente y la experiencia en la barbería y un 19,6% que destaca la calidad del corte. En menor medida, un 14,3% elige su barbería por cercanía, mientras que el 7,1% menciona la recomendación de amigos o redes sociales. Finalmente, el precio aparece como un factor poco determinante (1,8%), lo que confirma que los clientes priorizan la experiencia por sobre el costo.

Figura 18: Gráfico respuesta 6

**¿Cuál es el principal motivo por el que elegís una barbería?**

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

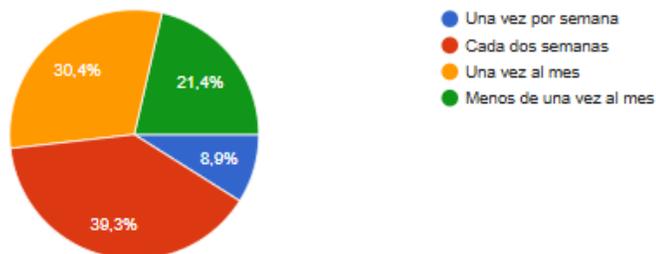
**Respuesta 7 (2° Sección: hábitos de corte y preferencias):**

La mayoría de los encuestados mantiene una frecuencia de corte relativamente alta, con un 39,3% asistiendo cada dos semanas, seguido de un 30,4% que lo hace una vez al mes. Un porcentaje menor (8,9%) se corta el pelo semanalmente, mientras que el 21,4% lo hace con menor frecuencia.

Figura 19: Gráfico respuesta 7

¿Con qué frecuencia te cortas el pelo?

56 respuestas



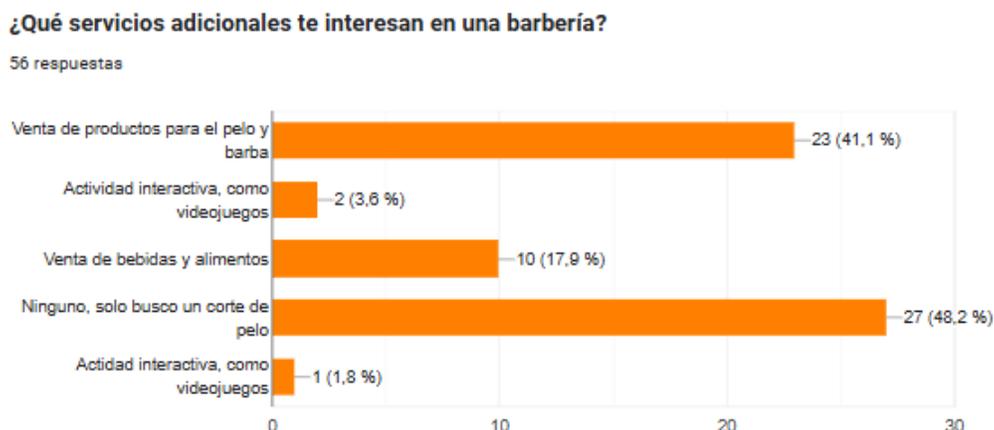
Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

### Respuesta 8:

Casi la mitad de los encuestados (48,2%) manifiesta que su interés se limita exclusivamente al corte de pelo, lo que reafirma que este sigue siendo el núcleo del negocio. No obstante, un 41,1% muestra un marcado interés en la venta de productos para el cuidado del cabello y la barba, mientras que un 17,9% considera atractiva la posibilidad de adquirir bebidas o alimentos durante su visita. En contraste, las actividades interactivas, como los videojuegos, tienen una demanda mínima (3,6%), lo que indica que no constituyen un factor determinante en la experiencia del cliente.

Figura 20: Gráfico respuesta 8



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,  
<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

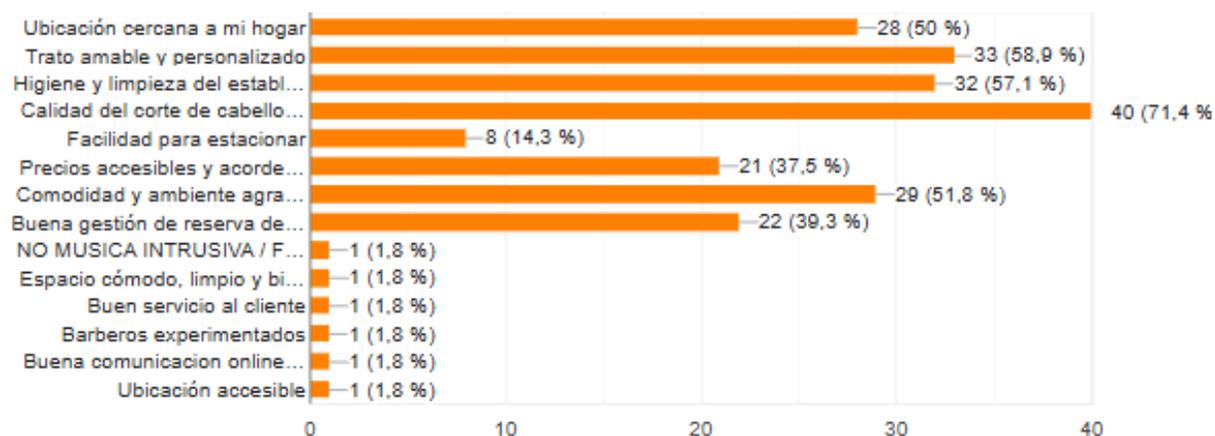
### Respuesta 9:

Dado que los encuestados podían seleccionar múltiples opciones, los resultados reflejan una combinación de factores clave que influyen en la elección de una barbería. La calidad del corte de pelo y barba (71,4%), el trato amable y personalizado (58,9%) y la higiene y limpieza del establecimiento (57,1%) emergen como los aspectos más valorados. En un segundo nivel de importancia, aparecen la comodidad y el ambiente agradable (51,8%), seguido de la ubicación cercana (50%).

Figura 21: Gráfico respuesta 9

### ¿Cuáles de los siguientes atributos considerás imprescindibles en una barbería?

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

### Respuesta 10 (3° Sección: expansión y ubicación):

El resultado promedio de 4,5 sobre 5 indica un alto nivel de interés y predisposición por parte de los encuestados a considerar la nueva sucursal como su barbería habitual. Esta respuesta es clave, ya que valida la demanda existente y confirma que la expansión cuenta con una base de clientes potencialmente sólida.

### Respuesta 11:

El 30,2% de los encuestados prefiere la zona de Av. Montes de Oca y California, seguida por Av. Montes de Oca y Martín García (22,6%). En un tercer escalón se encuentran Av. Patricios y Martín García (13,2%) y la zona residencial interna de Barracas al norte (13,2%), mientras que la opción de Av. Iriarte y Vieytes tiene menor aceptación (5,7%).

Es relevante notar que un 13,7% indicó que no conoce el barrio, lo que refuerza la importancia de que la ubicación elegida esté en una zona de fácil acceso y con alta visibilidad, para atraer tanto clientes locales como externos.

Figura 22: Gráfico respuesta 11

### ¿Qué zona de Barracas te parece mejor para abrir una nueva barbería?

53 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

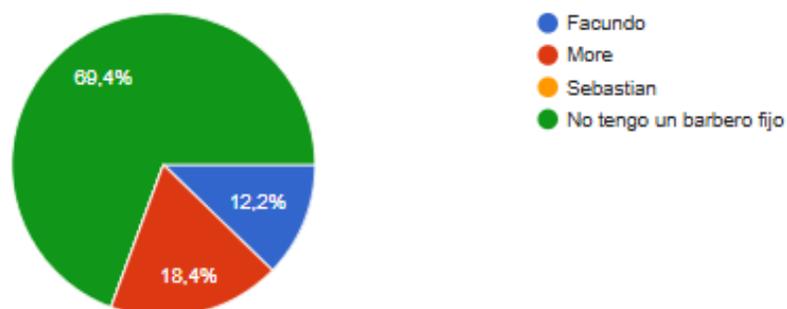
### Respuesta 12:

La mayoría de los clientes actuales (69,4%) no tiene un barbero fijo, lo que indica que su elección depende más de la disponibilidad o de la experiencia general en la barbería que de la preferencia por un profesional en particular. Sin embargo, dentro de los barberos con clientela recurrente, More (18,4%) y Facundo (12,2%) son los más elegidos, mientras que Sebastián aún no registra clientes asignados, ya que se incorporó a la barbería en enero de 2025, reemplazando al barbero Matías. Por dicho motivo, Sebastián aún no cuenta con clientela fija.

Figura 23: Gráfico respuesta 12

**Si sos cliente actual de "The Respect Barber Shop", ¿con qué barbero te cortás habitualmente?**

49 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

### Respuesta 13:

Los resultados muestran que un 66,1% de los clientes considera la posibilidad de seguir a su barbero a la nueva sucursal, aunque con diferentes niveles de compromiso:

- El 26,8% lo seguiría sin importar la ubicación, lo que indica una fuerte fidelidad hacia determinados barberos.
- El 39,3% lo haría solo si la nueva sucursal estuviera en una zona cercana. Esto refuerza la importancia de elegir una ubicación estratégica para la expansión.
- El 30,4% prefiere quedarse en la ubicación actual, lo que sugiere que el factor geográfico sigue siendo relevante en la decisión del cliente.
- El 3,6% indica que su decisión dependería de la ubicación exacta. Esto puede interpretarse como una respuesta neutra, sujeta a conveniencia.

Figura 24: Gráfico respuesta 13

**Si ese barbero se trasladara a la nueva sucursal, ¿estarías dispuesto a cambiar de ubicación para seguir atendiéndote con él?**

56 respuestas



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,  
<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

#### **Respuesta 14 (4° Sección: opiniones y sugerencias):**

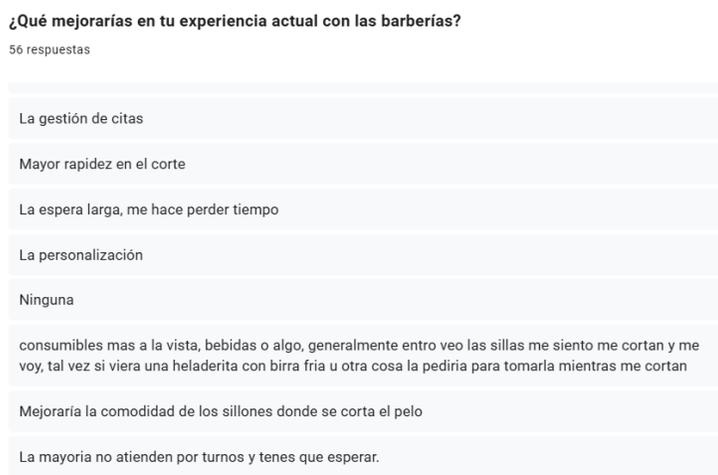
Se pueden identificar patrones recurrentes de mejora en la experiencia de los clientes con las barberías. Si bien algunas personas indicaron estar conformes con el servicio actual, otros mencionaron aspectos específicos que podrían optimizarse.

A continuación, se agrupan y analizan las principales áreas de mejora identificadas.

- Uno de los puntos más mencionados se relaciona con la eficiencia en la gestión de turnos y la puntualidad. Comentarios como
  - *"mayor precisión en la hora de las citas"*.
  - *"más disponibilidad de turnos"*.
  - *"que la reserva en línea sea fácil y rápida, como una app"*.
  - *"evitar esperas largas sin reserva"* resaltan la necesidad de un sistema de gestión más eficiente.
- Varios encuestados resaltaron la importancia de un servicio más personalizado, mencionando aspectos como:
  - *"Que se aprendan el corte que me gusta y no cambie constantemente"*.

- *"Que me traigan propuestas de tipo de corte de pelo y me envíen recordatorios y promociones".*
- *"Asesoría personalizada tomando en consideración las facciones y gustos del cliente".*
- *"Una pantalla con catálogo de cortes y descripciones para elegir mejor".*
- La comodidad y el ambiente en la barbería también fueron aspectos mencionados con frecuencia. Algunos clientes destacaron:
  - *"No música fuerte ni molesta, ambiente tranquilo".*
  - *"Mejoraría la comodidad de los sillones donde se corta el pelo".*
  - *"No me molesta el silencio durante el corte, pero no quiero sentir que se demora por hablar".*
  - *"Tal vez no estar mirando al techo mientras espero".*
- Algunos encuestados mostraron interés en recibir beneficios exclusivos y en la posibilidad de acceder a productos o consumibles dentro de la barbería:
  - *"Una membresía. El pelo se corta constantemente".*
  - *"Programas de fidelización".*
  - *"Bebidas incluidas".*
  - *"Consumibles más a la vista, si veo una heladerita con birra fría la pediría".*

Figura 25: Gráfico respuesta 14



Fuente: “Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop”, 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

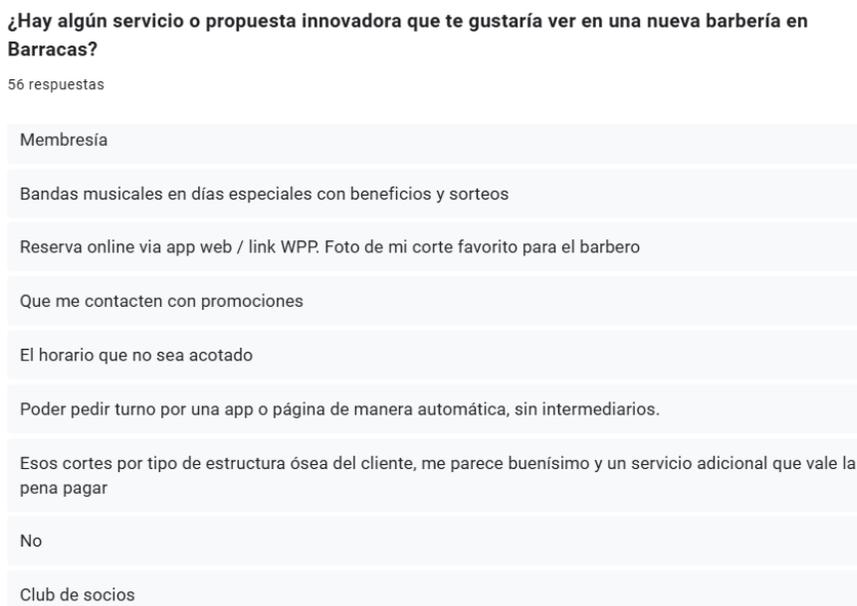
**Respuesta 15:**

Las respuestas obtenidas revelan diversas ideas sobre servicios y experiencias innovadoras que los clientes consideran atractivas en una barbería de nueva apertura. Se pueden identificar varias tendencias clave en las respuestas, agrupadas en categorías que reflejan oportunidades estratégicas para la expansión de “The Respect Barber Shop”:

- Se mencionó la importancia de facilitar la reserva de turnos, destacando la necesidad de herramientas digitales:
  - *"Reserva online vía app web o link de WhatsApp"*.
  - *"Poder pedir turno por una app o página de manera automática, sin intermediarios"*.
  - *"Separar citas por WhatsApp"*.
- Muchos clientes mostraron interés en obtener beneficios recurrentes o planes exclusivos:
  - *"Membresía"*.
  - *"Club de socios"*.
  - *"Que me contacten con promociones"*.
  - *"Si saben cuánto me corto el cabello, que me llamen o envíen un email para reservar la hora"*.
- Algunos encuestados propusieron elementos innovadores para mejorar la comodidad y la experiencia del cliente:
  - *"Máquina de café"*.
  - *"Un patio o lugar de recreo exterior para que quienes van a cortarse en grupo puedan compartir un momento de la tarde con amigos y tomar algo mientras esperan su turno"*.
  - *"Pasar los partidos de River mientras me corto"*.
  - *"Que haya una PlayStation"*.
- Aparecieron diversas sugerencias sobre servicios complementarios que podrían enriquecer la propuesta de valor de la barbería:
  - *"Masajes"*.
  - *"Facial masculino"*.
  - *"Servicio de lavado"*.

- "Teñido/decolorado".
- "Cortes especializados según la estructura ósea del cliente".

Figura 26: Gráfico respuesta 15



Fuente: "Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop", 2025,

<https://forms.gle/m63pJgJhu7zTdXTa8>

## 5.2. PROPUESTA DE PLAN

En esta sección se presentan los resultados del análisis económico-financiero correspondiente al proyecto de expansión de The Respect Barber Shop, estructurado a partir del desarrollo de tres escenarios: pesimista, más probable y optimista. Estos escenarios permiten anticipar distintos niveles de desempeño del negocio frente a variables críticas como el volumen de servicios ofrecidos, precios de venta, costos operativos, inversión de capital inicial, inflación, estructura impositiva y ritmo de crecimiento proyectado.

Además del análisis financiero, el plan contempla los diferenciales estratégicos que posicionan a The Respect Barber Shop por encima de la competencia local. En primer lugar, el modelo de precios ha sido diseñado a partir de un relevamiento específico del barrio de Barracas, estableciendo una tarifa apenas superior al promedio del mercado zonal, pero respaldada por una

propuesta de experiencia premium. Esta estrategia permite combinar accesibilidad con distinción, maximizando la percepción de valor sin alejarse del poder adquisitivo del cliente objetivo.

Por otro lado, el negocio se apoya en una red de alianzas con comercios de cercanía, como el bar “Estación de Bebidas”, la carnicería “Romar”, el gimnasio “Sportclub” de Barracas y la cafetería “El Cairo”, mediante un sistema cruzado de beneficios. Los clientes de la barbería acceden a un 10% de descuento en estos locales, y a su vez, los clientes de estos establecimientos reciben el mismo beneficio en The Respect Barber Shop. Esta estrategia de colaboración barrial refuerza la identidad comunitaria del proyecto y estimula el flujo cruzado de clientes en la zona.

Complementariamente, se introduce un “Plan de Cortes” anticipados, que permite adquirir dos opciones promocionales: un paquete de 2 cortes con un 15% de descuento y otro de 4 cortes con un 20%, ambos con vigencia de 30 días. Además, como acción de fidelización y retención, se ofrecerá un 10% de descuento a todos los clientes actuales de la barbería que visiten la nueva sede durante su lanzamiento. Y como incentivo adicional, se organizará un sorteo mensual entre todos los clientes activos, cuyo ganador obtendrá un mes de cortes gratuitos (con un máximo de cuatro cortes), promoviendo así la recurrencia y la vinculación emocional con la marca.

La elaboración de múltiples escenarios responde a la necesidad de incorporar la incertidumbre como elemento inherente a todo proceso de planificación estratégica, particularmente en proyectos de expansión. Este abordaje permite evaluar la robustez del modelo de negocio frente a cambios en el entorno, y facilita la identificación de umbrales financieros clave, como el punto de equilibrio, la rentabilidad esperada, el tiempo de recuperación de la inversión y la generación acumulada de valor.

Cada escenario ha sido modelado en base a proyecciones de flujo de fondos a cinco años (2026–2030), contemplando diferentes supuestos respecto a la demanda, la eficiencia operativa y las condiciones macroeconómicas. A partir de estas proyecciones se calculan indicadores centrales de viabilidad, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Payback y el flujo de caja acumulado.

Este enfoque busca ofrecer un marco integral para la toma de decisiones estratégicas. La comparación entre escenarios no solo permite determinar si el proyecto es financieramente viable, sino también en qué condiciones deja de serlo, y cuál es la magnitud del riesgo asumido en cada

caso. Asimismo, aporta una base argumental para definir una estrategia de implementación prudente y escalable, minimizando la exposición al fracaso y maximizando el potencial de éxito.

### **Escenario más probable – Crecimiento sostenido con control de costos**

En este escenario se proyecta una expansión medida, sustentada en una estrategia conservadora pero efectiva, que prioriza la estabilidad financiera sin comprometer el crecimiento. Parte del supuesto de un entorno económico moderadamente favorable y de una buena respuesta por parte del mercado objetivo, sin alcanzar niveles extraordinarios.

La propuesta contempla:

- Apertura de una segunda sede de The Respect Barber Shop, en una zona estratégica del barrio de Barracas, orientada a captar nueva demanda sin canibalizar la base actual de clientes.
- Financiamiento 100% con capital propio, evitando así la exposición al riesgo financiero derivado del endeudamiento. Esta decisión se sustenta en la solidez de los flujos esperados y en la capacidad actual del negocio para reinvertir utilidades.
- Inversión inicial de \$18 millones, destinada a la adecuación del nuevo local, adquisición de equipamiento profesional, diseño del espacio y campaña de lanzamiento. Este desembolso se realiza íntegramente en el primer año del proyecto.
- Escalamiento progresivo de la operación, sin incorporar más de una unidad en simultáneo, lo que permite mantener el control sobre la calidad del servicio, la cultura organizacional y la experiencia del cliente.
- Incorporación paulatina de nuevos barberos y personal de apoyo, de acuerdo al crecimiento en la demanda, respetando la propuesta de valor basada en la atención personalizada y el profesionalismo.
- Incremento medido de precios, acompañado de una mejora constante en el posicionamiento de marca, sin desalinearse de la percepción de accesibilidad dentro del segmento medio al que apunta.
- Fortalecimiento de la identidad visual, el marketing digital y las promociones dirigidas, con foco en generar una comunidad sólida y relaciones duraderas con los clientes.

- Estandarización de procesos, desarrollo de manuales operativos y fortalecimiento del sistema de turnos online como herramienta clave para escalar eficientemente.

Este escenario, que representa el “camino base” del plan de expansión, ofrece un balance adecuado entre riesgo y retorno, y permite validar el modelo de negocio en un nuevo local con bajo nivel de exposición. Su implementación serviría también como plataforma para escalar en escenarios más ambiciosos si las condiciones futuras lo permiten.

Se consideró que tiene un 65% de posibilidades de ocurrencia.

### **Escenario optimista – Liderazgo de Mercado y Flujo de Caja Exponencial**

Se parte de una hipótesis de contexto altamente favorable, tanto en términos macroeconómicos como microsectoriales, donde convergen factores clave que aceleran la adopción del servicio por parte de los consumidores, potencian el posicionamiento de la marca y permiten capturar un mercado más amplio en menor tiempo del inicialmente previsto.

La proyección supone una demanda creciente por parte del público objetivo, con un incremento sostenido en la cantidad de cortes realizados y una mayor disposición de los clientes a pagar por un servicio de calidad premium, algo que ha caracterizado a The Respect Barber Shop desde sus inicios.

En este marco, el plan contempla una expansión más agresiva, con una propuesta que trasciende la simple apertura de una nueva sede. Se define como objetivo estratégico construir una estructura operativa que posicione a la marca como líder del segmento en la zona sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La implementación se basa en los siguientes pilares:

- Apertura de la segunda sede en el primer año, con un formato más ambicioso en superficie, diseño y capacidad operativa. Se proyecta un local con mayor visibilidad y un layout optimizado para atender un volumen superior de clientes sin perder la esencia de atención personalizada.
- Rápida activación comercial mediante una campaña de marketing de alto impacto, que incluye presencia en redes, acuerdos con influencers locales y eventos de relanzamiento

de marca. Se busca posicionar a The Respect como un espacio con identidad, pertenencia y estilo.

- Incorporación anticipada de barberos y asistentes, permitiendo absorber la mayor demanda sin tensar la calidad del servicio. Este enfoque requiere una inversión inicial más exigente en términos de formación y cultura organizacional.
- Ofrecimiento de nuevos servicios complementarios, como tratamientos capilares, productos de cuidado personal propios o alianzas con marcas afines. Esto no solo incrementa el ticket promedio, sino que mejora la propuesta de valor y fideliza al cliente.
- Optimización de la estructura tecnológica, mejorando la experiencia del cliente desde el primer punto de contacto (reserva, recordatorios, medios de pago digitales).
- Reinversión de excedentes operativos desde el segundo año para fortalecer la caja y acelerar una eventual tercera unidad en caso de que el crecimiento lo permita.
- Aumento progresivo de precios, acompañando el reposicionamiento de marca. Dado el contexto favorable, se prevé baja resistencia al incremento tarifario por parte del público objetivo.

Este escenario implica un mayor grado de ejecución y compromiso organizacional, pero ofrece a cambio un retorno financiero notablemente superior, con una recuperación acelerada de la inversión y un flujo de caja que habilita estrategias de expansión adicionales a partir del tercer año. Se considera un modelo apto para acelerar el crecimiento, siempre y cuando se consolide exitosamente la experiencia en la nueva sede y se mantenga la coherencia entre volumen, calidad y cultura.

Se consideró que tiene un 15% de posibilidades de ocurrencia.

### **Escenario pesimista – Rentabilidad Amenazada por Costos y Baja Escalabilidad**

Este escenario contempla un contexto más desafiante para el negocio, marcado por factores que limitan el crecimiento proyectado, afectan el poder adquisitivo del consumidor o desaceleran la demanda esperada. Se trata de una hipótesis realista que incorpora elementos de riesgo macroeconómico e incertidumbre operativa, comunes en el entorno argentino, como la inflación persistente, la volatilidad de costos, o la pérdida de dinamismo en el consumo de servicios no esenciales.

A diferencia de los otros escenarios, en este caso el plan estratégico adopta una postura más conservadora, priorizando la preservación del capital, la eficiencia en la operación y la flexibilidad en la toma de decisiones. La expansión se implementa bajo criterios de prudencia y control de riesgos, pero sin abandonar los objetivos de crecimiento ni comprometer la identidad de marca.

Este escenario tiene en cuenta:

- Apertura de una segunda sede más austera, tanto en términos de tamaño como de inversión inicial. Se proyecta un local más funcional que ambicioso, buscando minimizar costos de adecuación, sin afectar la calidad de servicio ni la estética de la marca.
- Ejecución del plan con recursos propios, evitando cualquier forma de apalancamiento financiero. Se preserva así la autonomía operativa y se elimina el riesgo de carga financiera en un entorno de alta incertidumbre.
- Modelo operativo de bajo riesgo, con estructura mínima viable. Se incorporan solamente los recursos humanos indispensables para atender la nueva demanda proyectada, que en este escenario crece a un ritmo más moderado que en los otros casos.
- Gasto de marketing acotado, con foco en canales de bajo costo y campañas orgánicas. Se prioriza el crecimiento boca a boca, promociones cruzadas con la sede original y el uso inteligente de redes sociales para mantener el posicionamiento sin asumir grandes erogaciones.
- Mantenimiento de una política de precios competitiva, buscando atraer al cliente por la propuesta de valor más que por una experiencia de lujo. No se asume un fuerte incremento tarifario, sino un ajuste gradual acorde al contexto inflacionario.
- Control exhaustivo de costos operativos, con foco en eficiencia y rentabilidad. Se busca evitar el desvío presupuestario en cada etapa del proyecto y se mantiene un esquema flexible que permite adaptarse rápidamente ante cualquier variación del entorno.
- Revisión constante de la performance de la nueva sede, con umbrales definidos de rentabilidad mínima para garantizar la continuidad del proyecto. En caso de resultados por debajo de lo esperado, el modelo permite reestructurar operaciones sin comprometer la estabilidad del negocio.

Lo más relevante de este escenario es que, a pesar del contexto pesimista, el proyecto sigue mostrando resultados positivos. Esto comprueba que el modelo de negocio propuesto es sólido, incluso bajo condiciones adversas. La propuesta de valor, la fidelidad de los clientes, y la eficiencia en la ejecución permiten sostener la rentabilidad en el tiempo y validar que la expansión puede ejecutarse sin poner en riesgo la viabilidad del negocio actual.

Se consideró que tiene un 20% de posibilidades de ocurrencia.

### 5.2.1. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Se diseñó un cronograma de trabajo detallado bajo la estructura de un diagrama de Gantt, que contempla desde la etapa de preapertura hasta la consolidación operativa del negocio, con un enfoque práctico, realista y adaptado al contexto específico del barrio de Barracas, donde se ubicará la nueva sucursal de The Respect Barber Shop.

La planificación busca equilibrar la agilidad en la ejecución con la solidez en los procesos, garantizando que al momento de la apertura el local cuente con todas las condiciones necesarias para brindar una experiencia de atención profesional, alineada con los valores de marca que definen a The Respect Barber Shop: respeto, cercanía, estilo y calidad.

Figura 27: Diagrama de Gantt

Fase	Actividades	Noviembre 2025				Diciembre 2025				Enero 2026				Febrero 2026				Marzo 2026					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Fase 1: Preapertura	Busqueda de local y cierre de contrato	■																					
	Acondicionamiento y obras		■	■	■																		
	Compra de mobiliario e insumos				■	■	■																
	Plan de comunicación y marketing					■	■	■	■	■													
	Reclutamiento y capacitación						■	■	■														
Fase 2: Apertura y activación comercial	Lanzamiento oficial									■													
	Activación de promociones cruzadas									■	■	■	■										
	Campaña de lanzamiento en redes									■	■	■	■										
	Seguimiento operativo inicial									■	■	■	■										
	Gestión de sorteos y promociones										■	■	■										
Fase 3: Consolidación y control	Refuerzo de marketing digital													■	■	■	■	■	■				
	Gestión de fidelización													■	■	■	■	■	■	■			
	Seguimiento operativo continuo													■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	Evaluaciones bimensuales																					■	

Fuente: Elaboración propia, 2025.

El proceso de implementación se divide en 3 fases, las cuales se desarrollarán a continuación.

## **Fase 1 – Preapertura: Preparación operativa y comercial**

La preapertura representa una etapa clave en el proceso de implementación del proyecto, ya que sienta las bases físicas, operativas y comunicacionales para el correcto funcionamiento de la nueva sede de The Respect Barber Shop. Se desarrolla a lo largo de seis semanas, entre los meses de noviembre y diciembre de 2025, e involucra un conjunto de acciones estratégicamente articuladas para asegurar que, al momento de la apertura, todo esté dispuesto para brindar una experiencia profesional, coherente con los valores de la marca.

El primer paso consiste en la búsqueda y selección del local comercial. Esta tarea no se limita a encontrar un espacio disponible, sino que implica un análisis técnico y comercial que contemple factores como el flujo peatonal, la visibilidad desde la vía pública, el entorno barrial, la proximidad a comercios aliados, y las condiciones legales y contractuales del alquiler. Una vez elegido el inmueble, se procede al cierre del contrato y al inicio de los trámites administrativos necesarios para la habilitación formal del negocio, tanto ante organismos municipales como fiscales.

Paralelamente, comienza el acondicionamiento del local. Si bien no se prevén reformas estructurales de gran envergadura, sí se realizarán tareas de pintura, colocación de mobiliario fijo, instalación de sistemas de iluminación profesional y ambientación general que remita al estilo distintivo de la barbería. En este punto, es fundamental transmitir identidad de marca desde el espacio físico: el cliente debe sentir la misma experiencia que la sede principal de The Respect Barber Shop

En simultáneo con las obras, se ejecuta la compra del mobiliario e insumos. Esto incluye sillones hidráulicos de barbería, estaciones de trabajo completas, espejos retroiluminados, herramientas profesionales (máquinas de corte, tijeras, shavers), productos de estética, elementos de higiene e insumos. También se adquiere el sistema de gestión digital para los turnos y los medios de cobro electrónicos. El objetivo es que, al abrir, no falte absolutamente nada para operar con profesionalismo.

Mientras avanza el montaje físico, se diseña e implementa un plan de comunicación orientado a generar expectativa en el público objetivo. Se lanza una campaña teaser en redes sociales con avances de obra, presentación del equipo y videos que reflejan el estilo y filosofía de The Respect. A su vez, se activan alianzas estratégicas con comercios locales (como el bar “Estación de

Bebidas”, la carnicería “Romar”, el gimnasio “Sportclub” y la cafetería “El Cairo”) para lanzar promociones cruzadas, donde los clientes de cualquiera de estos negocios acceden a descuentos mutuos. Este sistema de “beneficios comunitarios” fortalece el posicionamiento barrial de la barbería, y la inserta en una red de consumo con alto valor simbólico.

Finalmente, se desarrolla el proceso de reclutamiento y formación del equipo. Se publican las búsquedas en plataformas y redes, se realizan entrevistas y pruebas técnicas, y se seleccionan barberos con experiencia, actitud proactiva y alineación con los valores de la marca. La capacitación se enfoca en protocolos de atención, técnicas de corte, gestión de herramientas y uso del sistema de turnos. Durante la última semana, se realizan simulacros de atención con amigos para probar el flujo de trabajo, ajustar detalles y llegar a la apertura con todo el equipo aceitado.

## **Fase 2 – Apertura y Activación Comercial**

Con el local acondicionado, el equipo capacitado y la comunidad barrial ya en conocimiento del nuevo proyecto, comienza una de las etapas más sensibles y relevantes del proceso: la apertura al público y la activación de todas las palancas comerciales que permitirán generar volumen, posicionamiento y fidelización inicial. Esta fase se extiende desde el 2 de enero de 2026, marcando el inicio oficial de operaciones de la nueva sede de The Respect Barber Shop, y abarca las primeras seis semanas de funcionamiento efectivo.

La apertura no se entiende como un simple acto de “abrir las puertas”, sino como el comienzo de una experiencia planificada al detalle. Desde el primer día, la barbería estará completamente operativa, con ambientación finalizada, barberos uniformados y capacitados, sistema de turnos activo y protocolos de atención funcionando en su totalidad. Se trata de ofrecer una experiencia memorable desde el primer corte, con énfasis en la calidad del servicio, la cercanía en el trato y la estética que define a la marca.

Durante las primeras semanas se ponen en marcha acciones promocionales de alto impacto. Una de las principales herramientas es el programa de beneficios cruzados, activado junto a cuatro comercios estratégicos de la zona. Este programa establece que los clientes de la barbería acceden a descuentos del 10% en el gimnasio, la carnicería, el bar y la cafetería asociada, y a su vez, los clientes de esos comercios reciben el mismo beneficio al cortarse el pelo en The Respect. Esta red

de intercambio de valor genera sinergias reales en la economía local y estimula un flujo constante de nuevos visitantes.

En paralelo, se despliega una campaña de lanzamiento en redes sociales, reforzando el trabajo de posicionamiento iniciado en la etapa previa. Las publicaciones incluyen cortes realizados por el staff, testimonios de los primeros clientes, videos que muestran la ambientación del local, sorteos en redes, contenido generado por influencers barriales y campañas pagas segmentadas geográficamente. Esta estrategia permite escalar la visibilidad de la barbería más allá del entorno físico inmediato, captando nuevos públicos a bajo costo.

Un punto clave en esta fase es la gestión de promociones y sorteos, pensadas tanto para atraer volumen como para generar repetición de visitas. Se implementa un “Plan de Cortes” con descuentos para quienes compran paquetes anticipados de servicios (2 o 4 cortes mensuales), se otorga un 10% de descuento a los clientes existentes de la sede actual que visiten la nueva sucursal, y se realiza un sorteo mensual entre todos los clientes activos, cuyo premio consiste en un mes gratuito de cortes (hasta 4 servicios). Estas acciones buscan generar incentivos concretos para visitar y recomendar el local, sin comprometer la percepción de valor del servicio.

Durante estas semanas iniciales también se realiza un seguimiento operativo intensivo. Se monitorea la gestión de turnos, el tiempo promedio de atención, los comentarios recibidos por los clientes, el nivel de cumplimiento de protocolos, el estado del equipamiento y el rendimiento individual de cada barbero. Estos datos permiten realizar ajustes sobre la marcha, corrigiendo desvíos o ineficiencias sin esperar a que se conviertan en problemas estructurales. La atención a los detalles en esta etapa es lo que diferencia una apertura exitosa de un lanzamiento sin dirección.

Más allá del volumen inicial que se logre, lo central en esta fase es consolidar las bases de una dinámica comercial sostenible, validando el modelo operativo, construyendo reputación en la comunidad y desarrollando vínculos de largo plazo con los primeros clientes. A través de una combinación bien medida entre calidad de servicio, promociones atractivas y presencia en redes, The Respect Barber Shop busca posicionarse rápidamente como una referencia en el barrio, elevando el estándar del rubro y generando una identidad propia desde el primer trimestre.

### **Fase 3 – Consolidación y Control**

La tercera y última fase del plan comienza a partir de la semana 5 del año 2026, una vez superado el primer mes de funcionamiento, y se extiende de manera cronológica a lo largo del proyecto para llevar un control y medición constante de resultados. Su propósito es garantizar que el local opere con eficiencia, consolide su base de clientes y evolucione hacia un modelo de gestión estable y replicable.

Durante este período, se mantiene un seguimiento operativo diario, monitoreando aspectos como el volumen de servicios realizados, la calidad de atención, la performance del equipo y el cumplimiento de protocolos. Esta observación sistemática permite optimizar procesos y sostener estándares altos en el tiempo.

Simultáneamente, se fortalece la estrategia de fidelización, con sorteos mensuales, activación permanente de beneficios cruzados con comercios aliados, y la vigencia de los planes de cortes anticipados con descuento. Estas acciones buscan mantener el vínculo con el cliente más allá de la transacción puntual.

También se potencia el marketing digital, con campañas de refuerzo que aseguran la presencia de la marca en redes sociales y en el entorno barrial. El objetivo es mantener visibilidad, atraer nuevas visitas y reafirmar el posicionamiento.

De forma bimensual, se realizan evaluaciones de desempeño, en las que se revisan resultados financieros, operativos y comerciales, para ajustar estrategias y tomar decisiones basadas en evidencia. Esta dinámica de control y mejora continua permite anticipar riesgos, corregir desvíos y sostener el crecimiento.

#### **5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera del proyecto constituye una de las instancias más relevantes para determinar la viabilidad económica de la expansión propuesta. En esta sección se analizan los resultados proyectados de los tres escenarios previamente definidos (pesimista, más probable y optimista), con el objetivo de cuantificar el impacto de la inversión, estimar retornos esperados y establecer comparaciones entre los distintos contextos posibles de ejecución.

El enfoque metodológico adoptado se basa en la proyección de flujos de caja futuros a cinco años y el uso de herramientas de análisis financiero clásicas como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Payback y el análisis del flujo de caja acumulado. Todos los escenarios parten de una inversión inicial estimada de \$18.000.000, realizada íntegramente en el primer año del proyecto.

Otro factor que impacta por igual en la proyección de escenarios es la inflación, donde se espera para el primer año un 60% y para cada año subsiguiente un 50%.

Para descontar los flujos y estimar el valor presente del negocio, se ha utilizado una tasa de descuento del 10,5%, valor que refleja el costo de oportunidad del capital en el contexto argentino, considerando un equilibrio entre el riesgo propio de emprendimientos en el sector servicios y la expectativa mínima de rentabilidad exigida por un inversor racional. Esta tasa es aplicada de forma homogénea en los tres escenarios a fin de garantizar comparabilidad y consistencia en el análisis.

A continuación, se presenta el análisis financiero de cada escenario en forma detallada, partiendo del caso más probable y luego abordando tanto el optimista como el pesimista, con el fin de evaluar la solidez del proyecto bajo distintas condiciones de mercado.

### ***5.3.1. ESCENARIO MÁS PROBABLE - CRECIMIENTO SOSTENIDO CON CONTROL DE COSTOS***

Este escenario representa una visión equilibrada del futuro de The Respect Barber Shop bajo condiciones realistas de crecimiento, evolución operativa y contexto económico. Se proyecta un crecimiento sostenido pero moderado, con una demanda estable, control de costos razonable y márgenes alineados con las dinámicas habituales del sector.

La hipótesis central de este caso es que la barbería logra captar una porción significativa del mercado barrial, construyendo una clientela fiel gracias a su identidad de marca, propuesta de valor y experiencia diferencial. Si bien no se espera una expansión explosiva, el modelo se consolida año tras año, mostrando rentabilidad creciente y un flujo de fondos saludable sin necesidad de reinversión o financiamiento externo.

El objetivo de este escenario es servir como referente base para la toma de decisiones, evaluando la viabilidad operativa, financiera y estratégica de la expansión bajo supuestos realistas y ejecutables.

### Parámetros

- **Unidades vendidas:** Se parte de una base de 8.000 cortes en 2026, alcanzando 9.804 en 2030, con un crecimiento acumulado del 22,5%. El ritmo es más pausado que en el escenario optimista, pero consistente. Refleja una combinación de clientela fija y un nivel de rotación moderado, coherente con la dinámica de un barrio como Barracas.

Figura 28: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario más probable”

	2026	2027	2028	2029	2030
Cortes anuales	8000	8800	9152	9427	9804
Cortes mensuales	667	733	763	786	817
Cortes semanales	167	183	191	196	204

Fuente: Elaboración propia, 2025.

- **Precio de venta unitario:** El precio por corte parte en \$16.000 en 2026 y llega a \$86.400 en 2030. Aunque el crecimiento nominal parece elevado, está explicado por la inflación esperada (60% en 2026 y 50% en adelante). El modelo logra trasladar gradualmente esa inflación a precios, sin deteriorar la demanda, gracias a una propuesta de valor sustentada en la calidad de atención, diseño del espacio y estilo de marca.
- **Costo de Mercadería Vendida (CMV) unitario:** El CMV por servicio crece desde \$3.200 a \$17.280, en línea con el aumento general del precio, ya que corresponde al 20% del valor del corte de pelo, lo cual se mantiene constante a lo largo del tiempo. A pesar del aumento, el margen bruto se mantiene sólido, ya que el precio crece en una proporción mayor. La eficiencia en compras y el buen manejo de inventarios contribuyen a esta estabilidad.
- **Gastos fijos:** Los gastos fijos ascienden desde \$65.000.000 en 2026 a \$307.125.000 en 2030, un crecimiento acumulado del 372%. Este aumento está vinculado a la ampliación de personal, ajustes por inflación e incremento en campañas de. No obstante, la evolución del gasto es proporcional al crecimiento del negocio, sin señales de desbordes o sobreinversión.

- **Impuestos:** En todos los años proyectados se aplica una alícuota del 25% sobre las ganancias operativas (EBIT). Esta estimación busca reflejar una carga fiscal razonable sin sobrestimar el impacto tributario, manteniendo una visión prudente y realista.
- **Depreciación:** El rubro de depreciación parte en \$800.000 y se incrementa hasta \$3.461.120 en 2030, en línea con la incorporación y desgaste progresivo de equipamiento, mobiliario y herramientas de trabajo. El criterio contable es conservador, siguiendo una curva lineal coherente con la vida útil de los activos.
- **Días promedio de operación:** La correcta administración del capital de trabajo es uno de los pilares financieros del proyecto. Se apunta a optimizar el flujo de caja, sin comprometer la calidad operativa ni la relación con terceros estratégicos.
  - **Cobranza:** Se inicia con un plazo promedio de 30 días en 2026, acorde a los hábitos de consumo del sector. En los años siguientes se extiende gradualmente a 35 y 40 días, buscando facilitar la adhesión del cliente a través de mayor flexibilidad de pago en etapas de consolidación. Finalmente, en 2029 y 2030 se retorna a los 30 días, gracias a una mejora en la automatización de cobros y a una cartera más estable y fidelizada.
  - **Inventario:** Comienzan en 20 días y aumentan ligeramente hasta 25 días en 2028, para luego estabilizarse nuevamente en 20 días hacia el final del período. Este comportamiento refleja una estrategia de stock inicial precautoria, seguida por una mejora en la gestión de compras y rotación de insumos. El objetivo es reducir la inmovilización de capital sin correr riesgos de desabastecimiento, maximizando el rendimiento del flujo de caja.
  - **Pago a proveedores:** Se parte de una media de 15 días y se incrementa transitoriamente hasta 19 días en 2028, para luego volver a los 15 días finales. Este leve alargamiento temporal busca aprovechar mayor retención de liquidez en las primeras etapas, sin afectar el vínculo comercial con los proveedores. En la última fase del proyecto, la intención es fortalecer relaciones estratégicas mediante pagos ágiles y confiables.

Figura 29: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario más probable”

Probabilidad de ocurrencia	65%	<i>Crecimiento Sostenido con Control de Costos</i>			
	Parámetros				
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas en unidades	8000	8800	9152	9427	9804
Precio de venta unitario	\$ 16.000	\$ 25.600	\$ 38.400	\$ 57.600	\$ 86.400
CMV	\$ 3.200	\$ 5.120	\$ 7.680	\$ 11.520	\$ 17.280
Gastos fijos	\$ 65.000.000	\$ 97.500.000	\$ 136.500.000	\$ 204.750.000	\$ 307.125.000
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	25%	25%	25%	25%	25%
Días cobranza	30	35	40	30	30
Días de inventario	20	22	25	20	20
Días de pago	15	17	19	15	15
Otros datos:	-	-	-	-	-
Tasa de descuento	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%
Inversiones de capital	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
Crecimiento	0%	10%	4%	3%	4%

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Estado de resultados

**2026:** El primer año completo de operaciones marca un excelente inicio para The Respect Barber Shop. Con ventas por \$128 millones y un margen bruto de \$102,4 millones, el negocio demuestra desde el arranque una estructura comercial saludable. El EBIT alcanza los \$36,6 millones, y tras descontar el impuesto del 25%, la utilidad neta asciende a \$27,45 millones. Esto permite validar que la inversión inicial encuentra rápida devolución a través de flujos positivos y sostenibles.

**2027:** Durante el segundo año, el negocio crece con firmeza, alcanzando los \$225,28 millones en ventas, lo que representa un incremento interanual de casi el 76%. Los costos operativos se ajustan proporcionalmente, y el resultado operativo (EBIT) se duplica respecto al año anterior, llegando a \$81,68 millones. La utilidad neta crece hasta los \$61,26 millones, reflejo del crecimiento orgánico y la consolidación de la base de clientes.

**2028:** En 2028 el negocio entra en una fase de expansión más acelerada. La facturación supera los \$351 millones, mientras que los costos fijos y el CMV crecen en línea, lo que permite sostener

el margen operativo. El EBIT alcanza los \$143,3 millones y la utilidad neta se eleva a \$107,47 millones, consolidando un modelo de negocio altamente rentable y con estructura escalable.

**2029:** Este año representa un salto significativo: las ventas trepan a \$542,9 millones, mientras que el EBIT se eleva a \$227,46 millones. La utilidad neta alcanza los \$170,59 millones, con un margen neto superior al 31%. La operación ya se encuentra en plena madurez, con una eficiencia operativa que se refleja en todos los niveles del estado de resultados. El negocio no solo se autofinancia, sino que comienza a generar capacidad para reinversión o distribución.

**2030:** El último año del análisis proyectado muestra el máximo rendimiento del modelo. La facturación llega a \$847 millones, mientras que el EBIT supera los \$367 millones. La utilidad neta, por su parte, asciende a \$275,28 millones, lo que posiciona al negocio en un nivel de madurez y rentabilidad excelente. A esta altura, el proyecto se muestra no solo como viable, sino como sumamente atractivo para una estrategia de expansión o diversificación, con indicadores que consolidan una rentabilidad sostenida en el tiempo.

Figura 30: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario más probable”

Estado de resultados - Proyectado					
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas	\$ 128.000.000	\$ 225.280.000	\$ 351.436.800	\$ 542.969.856	\$ 847.032.975
CMV	\$ 25.600.000	\$ 45.056.000	\$ 70.287.360	\$ 108.593.971	\$ 169.406.595
Margen Bruto	\$ 102.400.000	\$ 180.224.000	\$ 281.149.440	\$ 434.375.885	\$ 677.626.380
Costos Fijos	\$ 65.000.000	\$ 97.500.000	\$ 136.500.000	\$ 204.750.000	\$ 307.125.000
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
EBIT	\$ 36.600.000	\$ 81.684.000	\$ 143.297.440	\$ 227.462.685	\$ 367.040.260
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EBT	\$ 36.600.000	\$ 81.684.000	\$ 143.297.440	\$ 227.462.685	\$ 367.040.260
Impuestos	\$ 9.150.000	\$ 20.421.000	\$ 35.824.360	\$ 56.865.671	\$ 91.760.065
Utilidad neta	\$ 27.450.000	\$ 61.263.000	\$ 107.473.080	\$ 170.597.014	\$ 275.280.195

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Indicadores financieros

El desempeño financiero proyectado para The Respect Barber Shop en el presente escenario, evidencia un modelo de negocio sumamente sólido, con capacidad de generar rentabilidad sostenida, eficiencia operativa y un excelente retorno de la inversión inicial. El análisis de las principales métricas económicas confirma que la barbería no solo es viable desde su primer año

completo de operaciones, sino que se transforma en una fuente creciente y consistente de generación de valor.

Desde su primer año completo, en 2026, el proyecto muestra indicadores favorables. Con un EBIT de \$36.600.000 y un EBITDA levemente superior de \$37.400.000, el negocio logra generar beneficios operativos incluso tras absorber la inversión inicial de \$18.000.000. Esta inversión única, realizada en el primer año, representa la base estructural del modelo y permite desplegar la operación sin requerimientos de financiamiento adicional.

A partir de 2027, la generación de Free Cash Flow (FCF) es positiva de forma ininterrumpida, creciendo año a año hasta alcanzar los \$166 millones en 2030, sin incluir el valor residual. Esto permite una recuperación anticipada del capital invertido, lo cual se ve reflejado en un Payback de apenas 2,2 años, un indicador particularmente atractivo para un proyecto de estas características.

La curva ascendente del EBIT y del FCF habla de un negocio que no solo incrementa ingresos, sino que lo hace conservando márgenes saludables y conteniendo la presión de los costos fijos. En paralelo, el hecho de no contemplar endeudamiento financiero elimina el pago de intereses, optimizando la rentabilidad neta y reduciendo el riesgo operativo.

Los resultados del análisis descontado refuerzan este diagnóstico. Utilizando una tasa de descuento del 10,5%, prudente en relación con el riesgo del sector y la coyuntura argentina, se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de \$180.095.728 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 88%. Ambos indicadores colocan al proyecto en una posición muy competitiva frente a otras alternativas de inversión, especialmente si se considera que se trata de una empresa con base operativa local y enfoque de cercanía comunitaria.

Finalmente, el flujo acumulado proyectado muestra una ganancia sostenida, con un cierre en 2030 que supera los \$325 millones, mientras que el valor residual estimado en \$1.558 millones multiplica exponencialmente el valor total del proyecto. Esto permite no solo recuperar la inversión y obtener beneficios, sino también proyectar nuevas unidades de negocio, reinversión o expansión territorial.

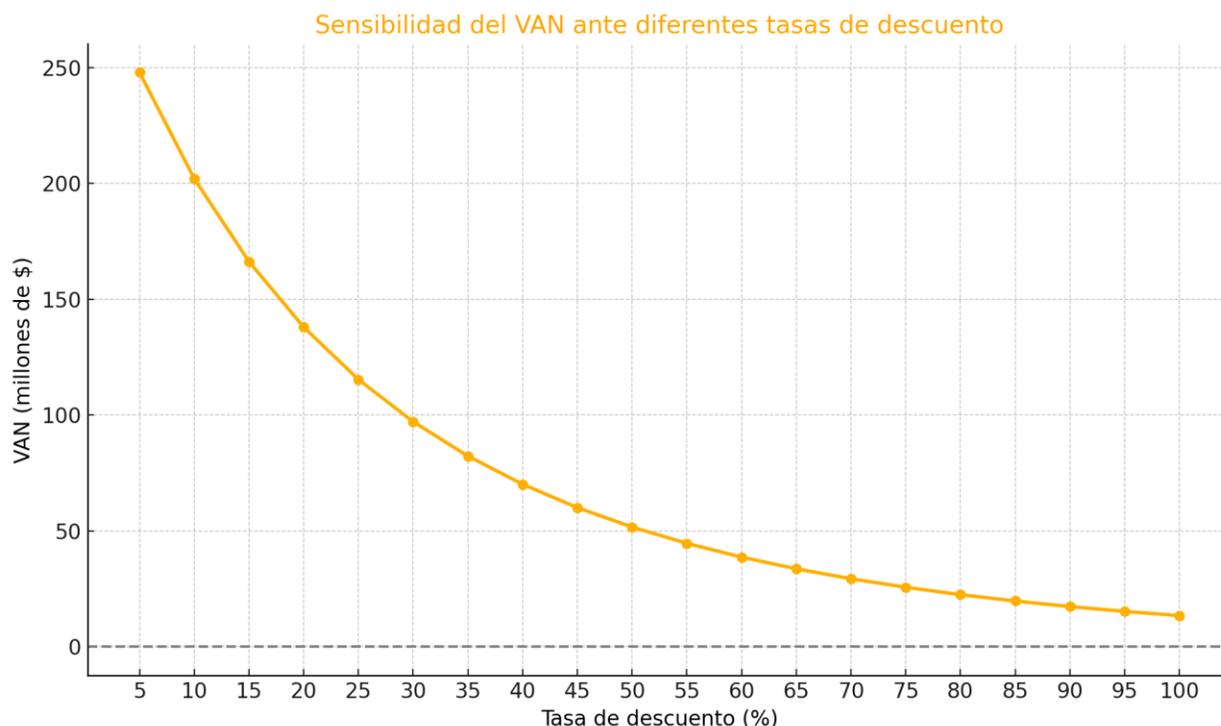
Figura 31: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario más probable”

Free Cash Flow					
	2026	2027	2028	2029	2030
EBIT	\$ 36.600.000	\$ 81.684.000	\$ 143.297.440	\$ 227.462.685	\$ 367.040.260
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
EBITDA	\$ 37.400.000	\$ 82.724.000	\$ 144.649.440	\$ 229.625.885	\$ 370.501.380
Var. Cuentas a cobrar	\$ 3.754.667	\$ 18.147.556	\$ 17.146.311	\$ 6.198.955	\$ 25.338.593
Var. Inventarios	\$ 2.503.111	\$ 250.311	\$ 2.127.644	\$ 1.151.932	\$ 3.378.479
Var. Cuentas a pagar	\$ 2.503.111	-\$ 363.646	\$ 1.682.438	\$ 750.843	\$ 2.626.632
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 3.754.667	\$ 18.761.513	\$ 17.591.517	\$ 6.600.043	\$ 26.090.440
Impuestos s/EBIT	\$ 9.150.000	\$ 20.421.000	\$ 35.824.360	\$ 56.865.671	\$ 91.760.065
Capex	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Free Cash Flow	-\$ 18.000.000	\$ 24.495.333	\$ 43.541.487	\$ 91.233.563	\$ 166.160.170
Valor residual	-	-	-	-	\$ 1.558.338.831
Free Cash Flow + VR	\$ 24.495.333	\$ 43.541.487	\$ 91.233.563	\$ 166.160.170	\$ 252.650.875
Tasa de descuento	10,5%				
Factor de descuento					
Valor Actual	-\$ 10.925.998	\$ 24.495.333	\$ 43.541.487	\$ 91.233.563	\$ 166.160.170
Payback	2,2	Año			
VAN	\$ 180.095.728				
TIR	88%				

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Sensibilidad del VAN según la tasa de descuento

Figura 32: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario más probable”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

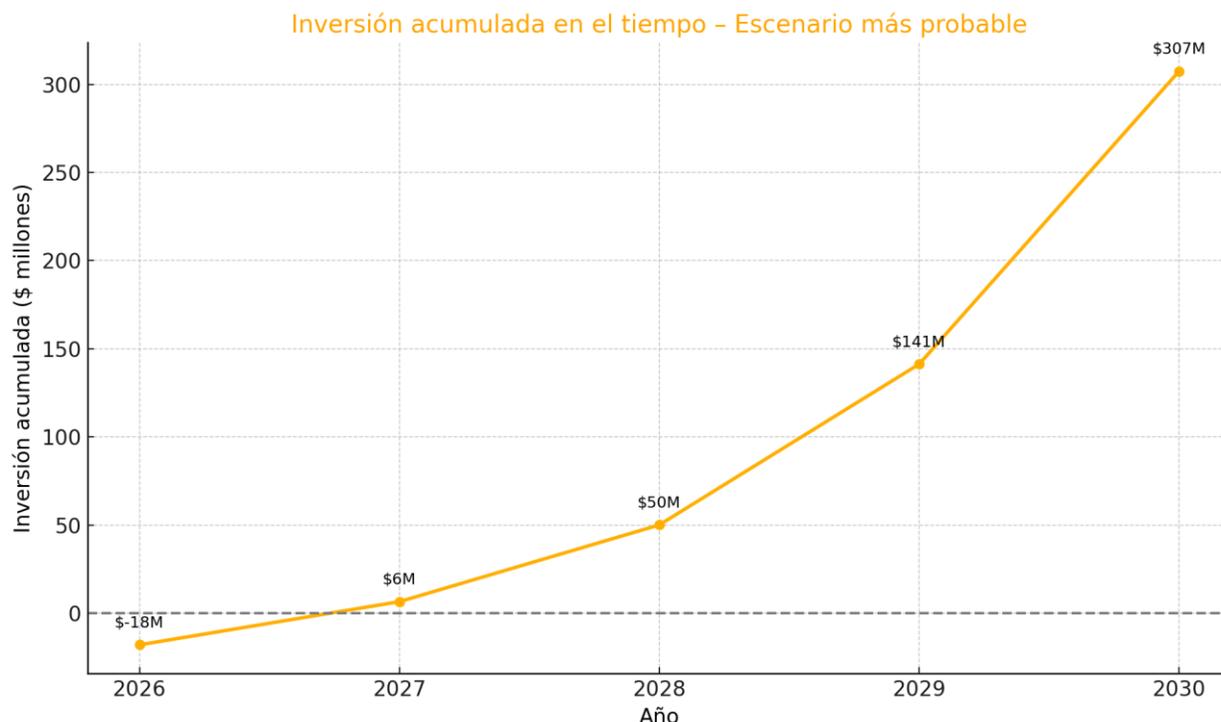
Este gráfico permite observar cómo se comporta el proyecto frente a distintas exigencias de rentabilidad. Lo notable es que incluso con tasas elevadas (muy por encima del 10,5% utilizado como referencia base) el VAN sigue siendo positivo hasta bien entrado el rango del 90%, lo cual refuerza el carácter sólido y resistente del modelo financiero.

El punto de partida, con una tasa del 5%, arroja un VAN cercano a los \$250 millones, y a medida que aumenta el costo de capital exigido, el valor actual se va reduciendo, aunque nunca llegando a negativo dentro del rango evaluado. Esto indica que el proyecto tolera aumentos considerables en el riesgo sin comprometer su rentabilidad.

En contextos como el argentino, donde las condiciones financieras pueden fluctuar rápidamente, esta elasticidad del VAN frente a la tasa de descuento otorga una ventaja diferencial al proyecto, ya que ofrece un amplio margen de maniobra para adaptarse sin perder valor.

## Inversión acumulada en el tiempo

Figura 33: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario más probable”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Este gráfico muestra con claridad cómo evoluciona el flujo de caja acumulado del proyecto a lo largo de los cinco años proyectados. El primer año (2026) presenta un flujo negativo producto de la inversión inicial de \$18 millones, pero ya a partir del segundo año se observa un cambio positivo, con una tendencia creciente que se acelera de manera notable en los últimos dos ejercicios.

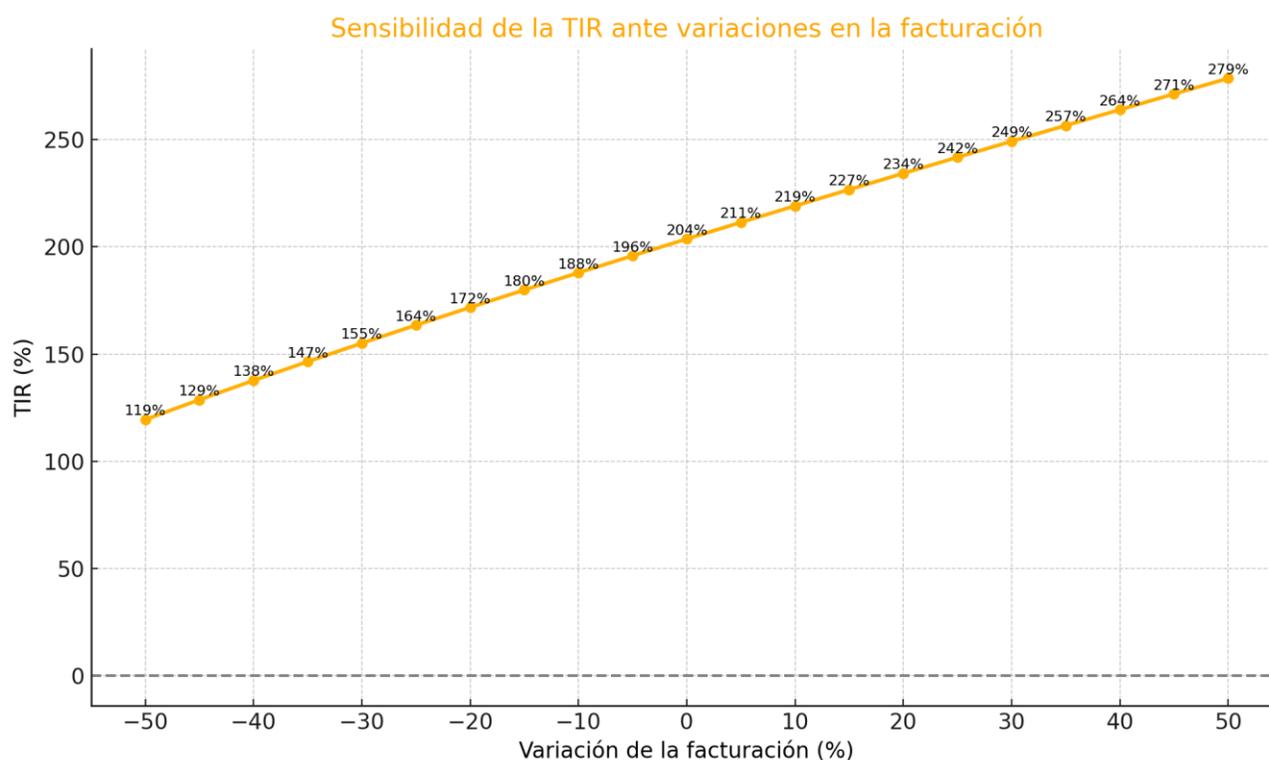
El cruce del eje cero se produce rápidamente, evidenciando un Payback en torno a los 2 años, lo cual es un indicador excelente de liquidez temprana. A partir de allí, la curva crece de forma sostenida, hasta superar los \$300 millones de flujo neto acumulado en 2030, sin considerar el valor residual, lo que resalta la fortaleza del modelo financiero y operativo.

Este tipo de comportamiento es característico de negocios escalables, donde la inversión inicial es recuperada rápidamente y los excedentes de caja se multiplican en la medida que el negocio madura y se estabiliza.

Además, es fundamental tener en consideración el factor de la inflación para no distorsionar los valores año a año.

### Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación

Figura 34: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario más probable”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Aquí se representa cómo se comporta la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto cuando se alteran los niveles de facturación, tanto en sentido positivo como negativo. El objetivo es visualizar hasta qué punto la rentabilidad del negocio depende de cumplir las proyecciones de ingresos.

Como se observa, la TIR base se ubica ligeramente por debajo del 90%, un valor altamente competitivo. Sin embargo, incluso si las ventas disminuyeran un 30% respecto a lo esperado, la

TIR se mantendría por encima del 40%, lo que evidencia una alta resiliencia económica del modelo.

En el extremo contrario, si la facturación superará en un 50% el nivel proyectado, la TIR se expandiría por encima del 130%, lo que demuestra el gran potencial de escalabilidad del negocio si el mercado responde mejor de lo anticipado.

Este análisis reafirma que el modelo no es frágil: resiste desviaciones a la baja sin comprometer su atractivo financiero, y a la vez presenta retornos exponenciales si el contexto lo permite.

### **Análisis de riesgos**

Si bien el escenario más probable presenta una proyección sólida en términos de resultados y tiempos de recuperación, resulta fundamental identificar los riesgos clave que podrían afectar el desempeño del proyecto y evaluar la capacidad del modelo para adaptarse o resistir ante dichos desafíos.

1. **Riesgo de demanda inferior a la proyectada:** Uno de los principales riesgos está vinculado a que la cantidad de cortes efectivamente vendidos sea inferior a lo estimado. Esto podría deberse a una sobreestimación del mercado potencial, una entrada más lenta de clientes o dificultades para posicionar la nueva sede.
  - **Mitigación:** El crecimiento proyectado en unidades vendidas es conservador, y se contempla una fase de maduración gradual. Además, el modelo permite ajustes operativos (como reducción temporal de personal) si la demanda no se comporta como se espera. La flexibilidad en la estructura de costos ayuda a absorber este riesgo.
2. **Riesgo de inflación mayor a la prevista:** Aunque el escenario considera una inflación alta (60% en 2026 y 50% en los años siguientes), un contexto hiperinflacionario o de descontrol económico podría impactar los costos operativos, especialmente en insumos, sueldos y alquileres.
  - **Mitigación:** El modelo incluye incrementos progresivos de precios que permiten trasladar parte del impacto inflacionario a los clientes. Además, se prevé ajustar tarifas de forma dinámica según el comportamiento del entorno macroeconómico.

3. **Riesgo de aumento en la competencia:** La eventual aparición de nuevos jugadores en el barrio o la llegada de cadenas de barberías podría reducir la participación de mercado de The Respect Barber Shop, sobre todo si estos compiten agresivamente en precio.
  - **Mitigación:** La propuesta de valor de The Respect se basa en la experiencia, el vínculo emocional con el cliente y la calidad de servicio. Estos atributos generan barreras de salida y lealtad de marca, reduciendo la sensibilidad al precio. Además, se planean estrategias de fidelización y posicionamiento diferenciador.
4. **Riesgos operativos y de gestión:** Errores en la ejecución operativa, rotación de barberos o problemas en la calidad del servicio pueden afectar la percepción del cliente y comprometer la continuidad del negocio.
  - **Mitigación:** El proyecto contempla una estandarización de procesos, formación continua del personal y una cultura interna basada en el respeto, la calidad y la profesionalización del oficio. Esto busca reducir la dependencia de individuos y mejorar la resiliencia operativa.
5. **Riesgo fiscal y regulatorio:** Cambios en la normativa impositiva o laboral podrían modificar las condiciones del negocio, afectando márgenes o incrementando cargas no previstas.
  - **Mitigación:** La proyección considera una carga fiscal realista (25%), sin incluir beneficios impositivos. Esto otorga margen de maniobra ante posibles cambios regulatorios. Además, operar 100% en blanco desde el inicio permite anticiparse a requerimientos formales sin sobresaltos.
6. **Riesgo de seguridad e inseguridad urbana:** La ubicación del local en el barrio de Barracas, si bien estratégica por su accesibilidad y cercanía a la clientela objetivo, presenta un contexto urbano con ciertos niveles de inseguridad y hechos delictivos, que podrían afectar tanto al personal como a los clientes o al propio establecimiento. Además del riesgo material, este tipo de situaciones puede generar una percepción negativa del entorno, disminuyendo el tráfico de clientes, especialmente en horarios nocturnos.
  - **Mitigación:** Desde el diseño del proyecto se contempla la instalación de sistemas de seguridad electrónica (cámaras, alarmas, sensores), contratación de seguros comerciales y adecuación del horario operativo a las franjas de mayor

circulación peatonal. Estas medidas apuntan a proteger tanto los activos como la experiencia del cliente, reforzando la confianza en el servicio.

### **5.3.2. ESCENARIO OPTIMISTA - LIDERAZGO DE MERCADO Y FLUJO DE CAJA EXPONENCIAL**

Este escenario contempla un contexto de alto rendimiento operativo, fuerte aceptación del mercado y expansión acelerada de la marca The Respect Barber Shop. Parte de supuestos donde tanto las condiciones económicas como la ejecución del plan superan las expectativas del escenario base, permitiendo un crecimiento más agresivo tanto en volumen como en precios.

La estrategia detrás de este escenario se apoya en una ejecución impecable desde el primer momento, con una rápida captación de clientes, una experiencia superior que favorece la fidelización y un efecto multiplicador en la recomendación boca a boca. A lo que se suma un entorno inflacionario que, lejos de desacelerar el consumo, beneficia a negocios que logran transmitir valor percibido y justificación en sus precios.

Sin dejar de ser realista, este enfoque representa el mejor escenario posible en términos de expansión, rentabilidad y posicionamiento estratégico de la marca en el corto y mediano plazo.

#### **Parámetros**

- **Unidades vendidas:** Se proyecta un crecimiento ambicioso pero factible. Se parte de 8.200 cortes en 2026, alcanzando 10.632 cortes en 2030. Esto representa un crecimiento total del 29,7% en cinco años, con un ritmo que se acelera especialmente en los primeros tres años por la rápida captación de clientes y la sólida fidelización.

Figura 35: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario optimista”

	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Cortes anuales</b>	8200	9184	9643	10125	10632
<b>Cortes mensuales</b>	683	765	804	844	886
<b>Cortes semanales</b>	171	191	201	211	221

Fuente: Elaboración propia, 2025.

- **Precio de venta unitario:** El precio por servicio crece de forma significativa, comenzando en \$16.000 en 2026 y alcanzando \$92.160 en 2030. Este incremento refleja una estrategia para finalizar el posicionamiento en el segmento premium, respaldada por la fidelización del cliente y una experiencia de alto valor percibido.

La evolución supera el 475% acumulado, pero está justificada por la posibilidad de trasladar la inflación (estimada en 60% el primer año y 50% los siguientes) y capitalizar el reconocimiento de marca.

- **Costo de Mercadería Vendida (CMV) unitario:** El CMV pasa de \$3.200 a \$13.824 por unidad entre 2026 y 2030. El crecimiento (332%) se mantiene por debajo del aumento en precios, lo que permite sostener márgenes positivos.  
Es el único escenario que logra mejorar el % de CMV con respecto al precio de venta, mejorando el 20% inicial, a 18% para el 2027 y 2028, logrando mayor eficiencia en 2029 y 2030 con un valor del 15%. Esta eficiencia responde a acuerdos preferenciales con proveedores y una política de compras anticipadas que protege al negocio de las variaciones más bruscas de costos.
- **Gastos fijos:** En línea con la expansión, los gastos fijos también se incrementan de forma significativa: desde \$65.000.000 en 2026 hasta \$277.095.000 en 2030. Esto responde a mayor inversión en personal, estructura, tecnología y marketing. Sin embargo, el aumento de gastos fijos (326% acumulado) es inferior al crecimiento de los ingresos, lo cual mejora la eficiencia operativa a lo largo del tiempo y permite una expansión con márgenes saludables.
- **Impuestos:** Se aplica una alícuota del 25% sobre el EBIT. No se contemplan incentivos fiscales ni amortizaciones aceleradas, lo que refuerza el criterio prudente de la estimación. El impacto fiscal es elevado, pero el proyecto mantiene un flujo neto positivo gracias a la alta rentabilidad operativa.
- **Depreciación:** Se considera una amortización creciente, iniciando en \$800.000 en 2026 y alcanzando \$3.461.120 en 2030. El aumento acompaña el crecimiento de la inversión inicial en mobiliario, equipamiento y tecnología aplicada a la atención al cliente. El tratamiento contable es lineal y coherente con una vida útil estimada de cinco años para los activos, principalmente para las maquinarias de cortes.

- **Días promedio de operación:** Uno de los principales factores que impactan en la liquidez del proyecto es la forma en que se gestiona el ciclo operativo y financiero del negocio. En el escenario optimista se proyecta una gestión cada vez más eficiente del capital de trabajo, a través de ajustes progresivos en los plazos de cobro, inventario y pago a proveedores, con el objetivo de maximizar el flujo de caja disponible mes a mes.
  - **Cobranza:** En 2026 se parte de un plazo promedio de 30 días, alineado a una estructura de cobro flexible que favorece la captación inicial de clientes. A partir de 2027 se incrementa gradualmente a 35 y 40 días, lo cual puede parecer contradictorio, pero responde a una estrategia deliberada: ofrecer facilidades de pago (como promociones mensuales o billeteras virtuales) para fomentar el consumo recurrente, sin deteriorar la liquidez.

Esta política se revierte en 2029 y 2030, regresando a 30 días, gracias a que el negocio ya se encuentra consolidado, con clientes fidelizados y un sistema de cobro más eficiente y automatizado. Esto mejora el ingreso efectivo y potencia el flujo disponible en caja.
  - **Inventario:** El nivel de inventario se maneja con eficiencia desde el comienzo, partiendo de 20 días en 2026. En 2027 y 2028 se incrementa ligeramente a 22 y 25 días, debido al aumento en volumen de operaciones y la necesidad de mayor stock para garantizar disponibilidad.

A partir de 2029, la curva se revierte a 20 días, reflejando una optimización en compras, rotación de productos y menor inmovilización de capital. Esto tiene un impacto directo en la generación de caja, al reducirse el dinero en stock de insumos.
  - **Pago a proveedores:** La política de pagos es gestionada con inteligencia financiera. En los primeros años (2026 a 2028), los pagos se extienden de 15 a 17 y 19 días, lo que permite financiar parte del capital de trabajo sin necesidad de deuda externa. Hacia 2029 y 2030 se regresa a 15 días, buscando fortalecer el vínculo con proveedores estratégicos mediante pagos ágiles, lo cual podría traducirse en mejores condiciones comerciales a largo plazo.

Figura 36: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario optimista”

Probabilidad de ocurrencia	15%	<i>Liderazgo de Mercado y Flujo de Caja Exponencial</i>			
	Parámetros				
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas en unidades	8200	9184	9643	10125	10632
Precio de venta unitario	\$ 16.000	\$ 25.600	\$ 38.400	\$ 61.440	\$ 92.160
CMV	\$ 3.200	\$ 4.608	\$ 6.912	\$ 9.216	\$ 13.824
Gastos fijos	\$ 65.000.000	\$ 97.500.000	\$ 141.375.000	\$ 197.925.000	\$ 277.095.000
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	25%	25%	25%	25%	25%
Días cobranza	30	35	40	30	30
Días de inventario	20	22	25	20	20
Días de pago	15	17	19	15	15
Otros datos:	-	-	-	-	-
Tasa de descuento	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%
Inversiones de capital	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
Crecimiento	0%	12%	5%	5%	5%

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Estado de resultados

El estado de resultados proyectado para el escenario optimista muestra un desempeño excepcional desde el inicio del proyecto, revelando una operación sólida, una respuesta altamente favorable del mercado y una escalabilidad eficiente. La evolución año a año no solo acompaña el crecimiento en unidades y precios, sino que también refleja la maduración acelerada del modelo de negocio.

Desde 2026, primer año operativo posterior a la inversión, el proyecto muestra un resultado operativo positivo. A diferencia de muchos emprendimientos que transitan un período de pérdidas iniciales, The Respect Barber Shop logra generar utilidades desde el comienzo gracias a una propuesta de valor claramente aceptada por el público, procesos bien definidos y una estructura flexible.

El EBIT se multiplica año tras año, impulsado por una facturación que crece con fuerza por la combinación de mayores volúmenes de servicio y precios ajustados no solo por inflación, sino también por una percepción de marca en ascenso. Este efecto posiciona a la barbería como una de las líderes en su categoría en el barrio de Barracas.

Por su parte, los gastos fijos aumentan de forma progresiva, acompañando la expansión, pero sin desbordes. La gestión responsable del crecimiento permite mantener márgenes saludables, incluso cuando se invierte más en marketing, capacitación y mejoras en el local.

El CMV, si bien crece año a año, lo hace de forma controlada, permitiendo sostener un margen bruto amplio. Esto es resultado de decisiones estratégicas como la compra eficiente de insumos, alianzas con proveedores, y economías de escala generadas por el mayor volumen operativo.

Para 2029 y 2030, el modelo alcanza su máxima eficiencia: la estructura ya se encuentra consolidada, el negocio opera a plena capacidad, y la rentabilidad refleja una madurez operativa sin necesidad de reinversión adicional. En estos años, el EBIT y la utilidad neta se disparan, generando un excedente que permitiría pensar en una segunda etapa de expansión o distribución de dividendos.

En síntesis, el estado de resultados de este escenario optimista no solo es sólido, sino que tiene crecimiento sostenible, expansión responsable y alta rentabilidad, sostenida por fundamentos reales y bien proyectados.

Figura 37: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario optimista”

Estado de resultados - Proyectado					
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas	\$ 131.200.000	\$ 235.110.400	\$ 370.298.880	\$ 622.102.118	\$ 979.810.836
CMV	\$ 26.240.000	\$ 42.319.872	\$ 66.653.798	\$ 93.315.318	\$ 146.971.625
Margen Bruto	\$ 104.960.000	\$ 192.790.528	\$ 303.645.082	\$ 528.786.801	\$ 832.839.211
Costos Fijos	\$ 65.000.000	\$ 97.500.000	\$ 141.375.000	\$ 197.925.000	\$ 277.095.000
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
EBIT	\$ 39.160.000	\$ 94.250.528	\$ 160.918.082	\$ 328.698.601	\$ 552.283.091
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EBT	\$ 39.160.000	\$ 94.250.528	\$ 160.918.082	\$ 328.698.601	\$ 552.283.091
Impuestos	\$ 9.790.000	\$ 23.562.632	\$ 40.229.520	\$ 82.174.650	\$ 138.070.773
Utilidad neta	\$ 29.370.000	\$ 70.687.896	\$ 120.688.561	\$ 246.523.950	\$ 414.212.318

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Indicadores financieros

El escenario optimista proyecta un desempeño financiero excepcional, impulsado por un crecimiento sostenido de la demanda, una política de precios estratégicamente diseñada, y una estructura operativa que acompaña el volumen sin desbordes de costos. Este modelo permite no solo cubrir la inversión inicial en un plazo razonable, sino también generar excedentes significativos desde las primeras etapas del negocio.

- **EBIT y EBITDA:** La rentabilidad operativa presenta una evolución exponencial: el EBIT comienza en \$39.160.000 en 2026 y alcanza los \$552.283.091 en 2030, lo que representa un crecimiento acumulado de más del 1.300%. Este salto se justifica por el incremento progresivo en unidades vendidas y precios, en combinación con un control eficaz de los gastos operativos.

El EBITDA sigue una trayectoria similar, comenzando en \$39.960.000 y superando los \$555 millones hacia el final del período. Esta evolución valida que el modelo de negocio no solo es rentable, sino altamente eficiente en términos operativos, generando excedentes consistentes aún antes de considerar impuestos o depreciaciones.

- **Free Cash Flow y flujo acumulado:** El Free Cash Flow (FCF) es positivo a partir del segundo año (2027) y se multiplica año tras año. Desde \$26.643.344 en 2027, alcanza los \$237.719.822 en 2030, sin contar el valor residual.

El flujo de caja acumulado al cierre del período asciende a \$1.036.314.437, un dato que evidencia la capacidad del negocio para generar liquidez, financiar su propia expansión y constituirse como una fuente sólida de retorno de capital para los socios.

- **VAN:** Con una tasa de descuento del 10,5%, el proyecto alcanza un VAN de \$257.539.287, que representa un retorno neto de más de 14 veces la inversión inicial de \$18 millones. Este resultado ubica al proyecto como una inversión sumamente atractiva, aún en comparación con activos de riesgo moderado o instrumentos financieros tradicionales.

- **TIR:** La TIR del 100% confirma que el modelo tiene un comportamiento financieramente sobresaliente. Este indicador no solo muestra rentabilidad, sino también capacidad de adaptación a tasas de exigencia más elevadas sin comprometer la

viabilidad del negocio, como se observa en los gráficos de sensibilidad incluidos posteriormente.

- **Payback:** El retorno de la inversión se logra en 2,1 años, lo cual, si bien es más extenso que en el escenario más probable, sigue siendo un plazo muy atractivo considerando que se trata de un modelo sin endeudamiento, con expansión constante y con generación de valor creciente.

En resumen, este escenario evidencia que, bajo condiciones de mercado altamente favorables y una ejecución operativa eficaz, The Respect Barber Shop puede convertirse en un modelo de referencia dentro del rubro. La solidez del flujo de caja, el crecimiento progresivo y la capacidad de recuperación del capital invertido posicionan al proyecto como una inversión financieramente sustentable, escalable y con alto valor estratégico para sus inversores.

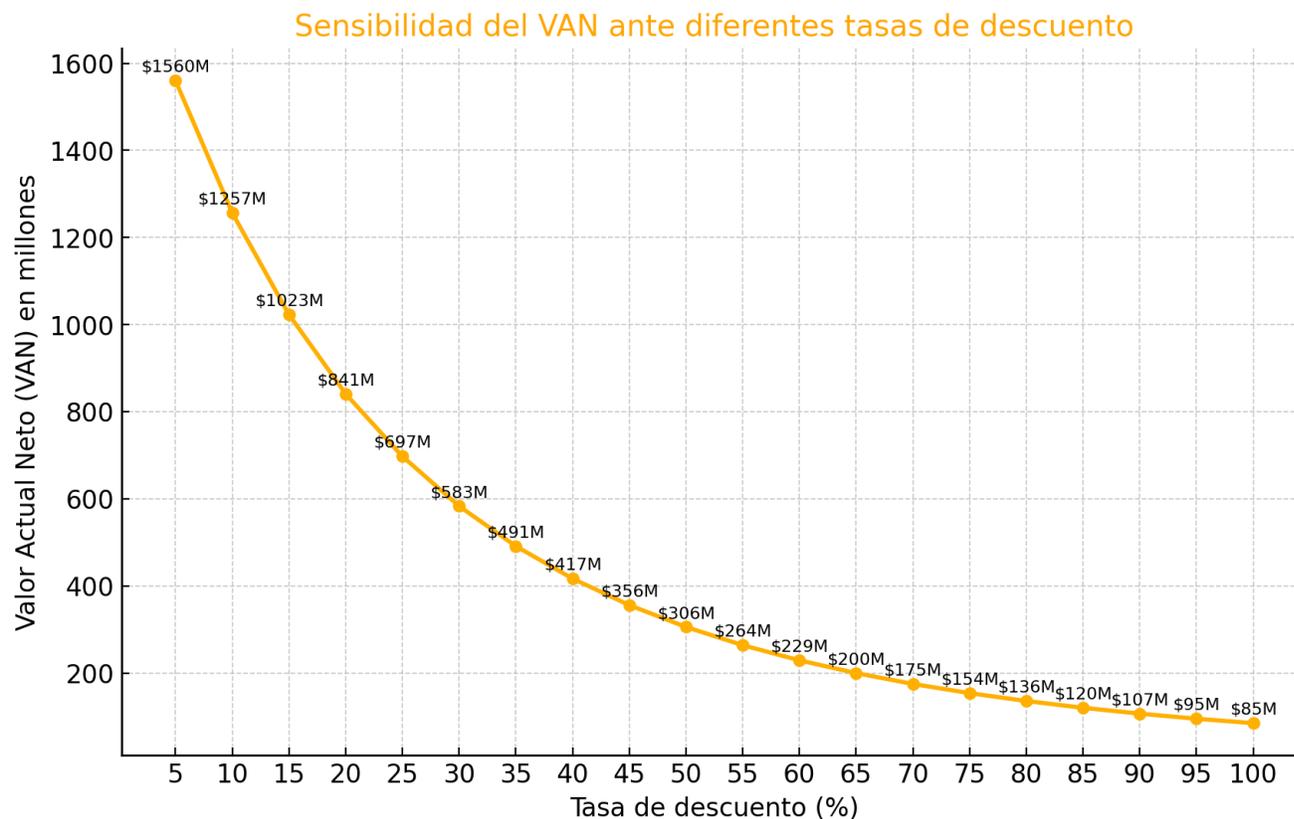
Figura 38: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario optimista”

Free Cash Flow					
	2026	2027	2028	2029	2030
EBIT	\$ 39.160.000	\$ 94.250.528	\$ 160.918.082	\$ 328.698.601	\$ 552.283.091
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
EBITDA	\$ 39.960.000	\$ 95.290.528	\$ 162.270.082	\$ 330.861.801	\$ 555.744.211
Var. Cuentas a cobrar	\$ 3.526.656	\$ 19.331.300	\$ 18.286.364	\$ 10.697.523	\$ 29.809.060
Var. Inventarios	\$ 2.351.104	\$ 235.110	\$ 2.042.522	\$ 555.448	\$ 2.980.906
Var. Cuentas a pagar	\$ 2.351.104	-\$ 341.563	\$ 1.616.098	\$ 285.643	\$ 2.336.740
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 3.526.656	\$ 19.907.973	\$ 18.712.788	\$ 10.967.329	\$ 30.453.226
Impuestos s/EBIT	\$ 9.790.000	\$ 23.562.632	\$ 40.229.520	\$ 82.174.650	\$ 138.070.773
Capex	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Free Cash Flow	-\$ 18.000.000	\$ 26.643.344	\$ 51.819.923	\$ 103.327.773	\$ 237.719.822
Valor residual	-	-	-	-	\$ 1.558.338.831
Free Cash Flow + VR	\$ 26.643.344	\$ 51.819.923	\$ 103.327.773	\$ 237.719.822	\$ 387.220.213
Tasa de descuento	10,5%				
Factor de descuento					
Valor Actual	-\$ 10.925.998	\$ 26.643.344	\$ 51.819.923	\$ 103.327.773	\$ 237.719.822
Payback	2,1	Año			
VAN	\$ 257.539.287				
TIR	100%				
Flujo acumulado	\$ 29.370.000	\$ 201.887.896	\$ 355.798.961	\$ 616.822.830	\$ 1.036.314.437

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Sensibilidad del VAN según la tasa de descuento

Figura 39: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario optimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

El gráfico revela cómo varía el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto optimista frente a diferentes tasas de descuento, evidenciando la fuerte rentabilidad del modelo incluso en escenarios con alta exigencia financiera.

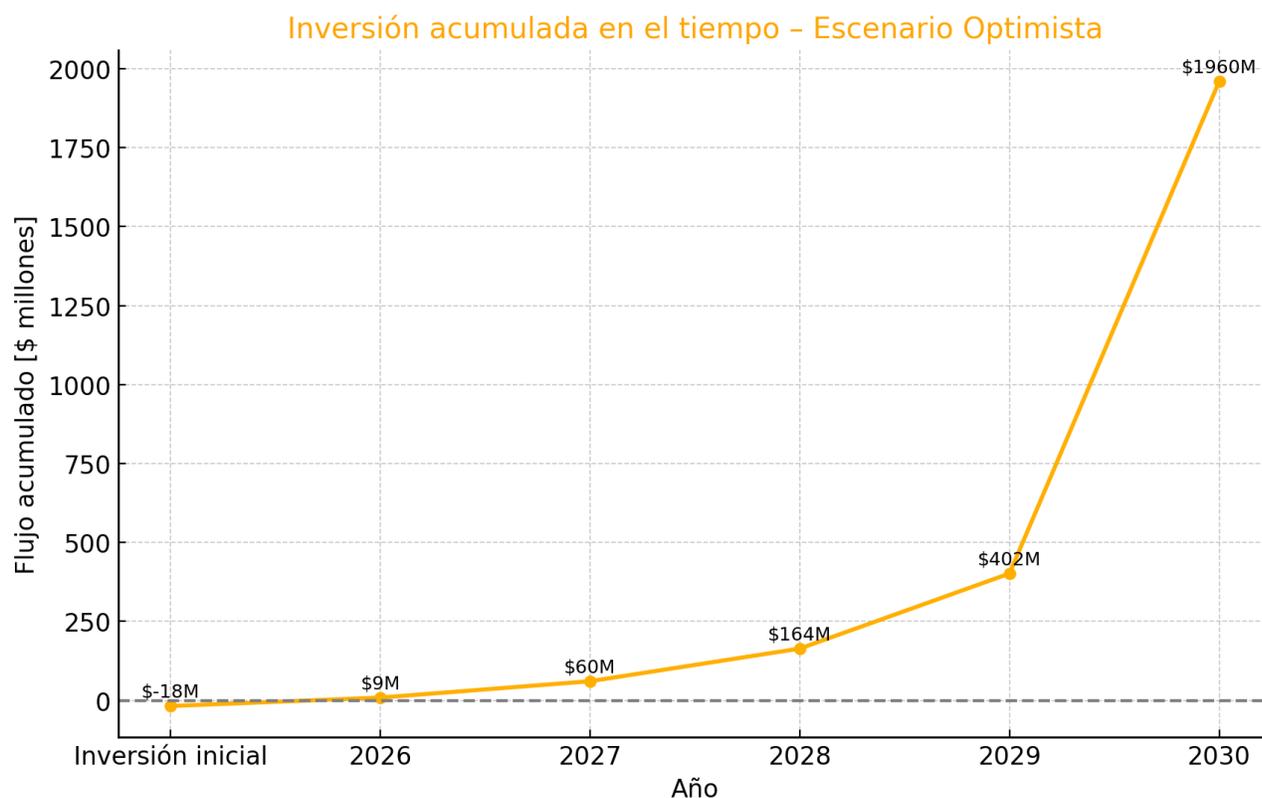
Con una tasa del 10,5%, utilizada como base en el análisis principal, el VAN alcanza aproximadamente \$257 millones. Sin embargo, lo más destacable es que incluso con tasas de descuento extremadamente elevadas (por encima del 50%) el VAN continúa siendo positivo, superando los \$200 millones hasta casi el 65% de tasa.

Esto significa que el modelo tolera aumentos muy agresivos en el costo del capital sin comprometer su viabilidad económica, una característica inusual incluso para negocios optimistas. La pendiente descendente es constante, pero gradual, lo que indica que el proyecto no depende de condiciones perfectas para ser rentable.

Esta solidez financiera refuerza que, bajo condiciones favorables y con una ejecución eficiente, The Respect Barber Shop no solo es rentable, sino también altamente resistente frente a cambios en las condiciones del mercado financiero o expectativas del inversor.

### Inversión acumulada en el tiempo

Figura 40: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario optimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

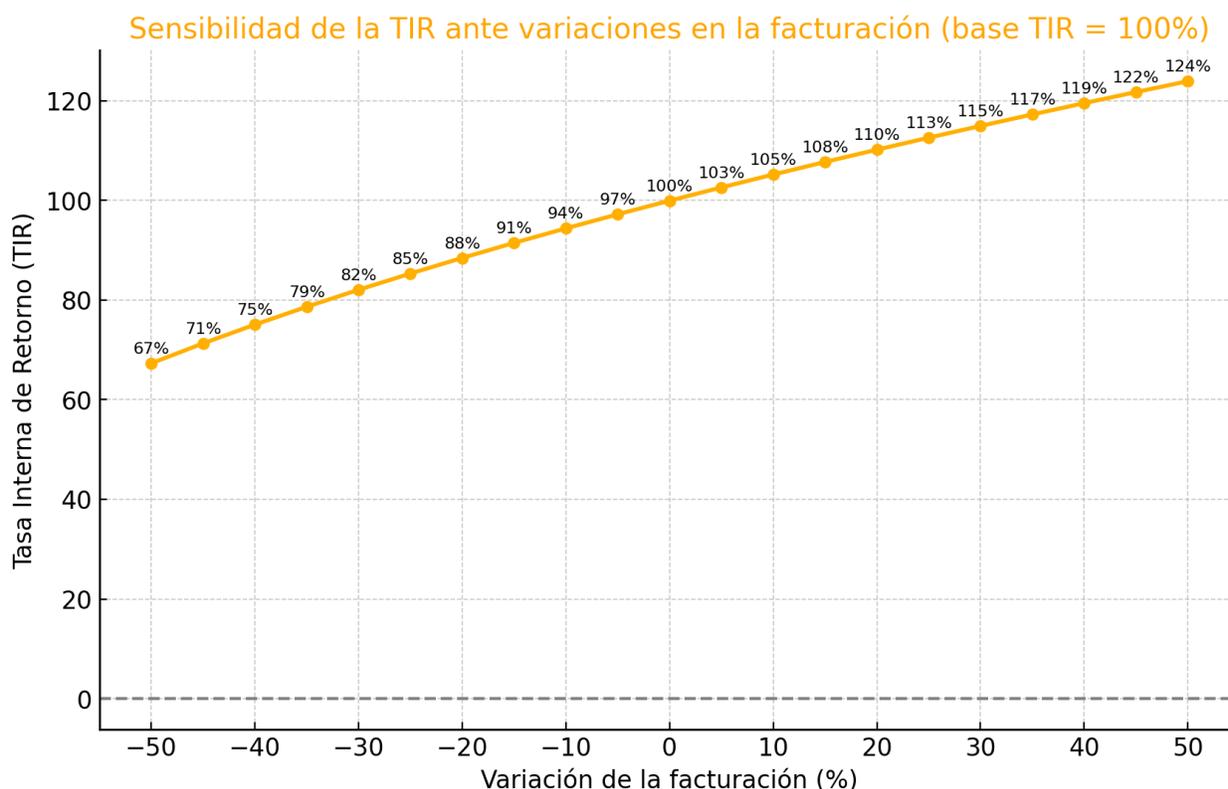
Se puede observar la evolución del flujo de caja acumulado desde la inversión inicial realizada en 2026 hasta el cierre del horizonte proyectado en 2030. El objetivo principal es visualizar con claridad cuándo el negocio recupera su inversión inicial y comienza a generar excedentes netos.

La curva parte de una inversión negativa de \$18 millones y, gracias a un flujo positivo desde el segundo año, alcanza el punto de equilibrio entre 2027 y 2028. A partir de allí, el negocio comienza a consolidarse como generador neto de caja. El crecimiento se vuelve exponencial hacia 2029 y especialmente en 2030, año en el que el flujo acumulado supera el billón de pesos. Parece un número extraordinario o quizá “imposible” pero es realista, debido a los niveles de inflación entre los distintos períodos, se debe contextualizar dicha ganancia al final del proyecto.

Este comportamiento refleja un modelo eficiente en generación de valor, sin necesidad de nuevas inyecciones de capital y con una rentabilidad creciente, lo que permite reinvertir, distribuir dividendos o apalancar nuevos proyectos en el futuro.

### Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación

Figura 41: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario optimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Este gráfico presenta cómo se comporta la Tasa Interna de Retorno (TIR) ante cambios en la facturación, partiendo de un escenario en el que la TIR proyectada es del 100%, es decir, se espera duplicar el capital invertido anualmente en promedio.

A diferencia de otros escenarios, aquí se observa una curva más elástica, donde el impacto de las variaciones en ingresos es importante, pero no determinante. Por ejemplo, incluso ante una reducción del 30% en las ventas, el proyecto sigue arrojando una TIR por encima del 70%, lo que sigue siendo atractivo para cualquier inversor.

Por otro lado, si la facturación crece por encima de lo esperado, la TIR puede superar fácilmente el 130%, reforzando que el negocio tiene un potencial de escalabilidad financiera destacable.

En síntesis, el proyecto combina alta rentabilidad esperada con tolerancia a desvíos, lo que mejora sustancialmente su perfil de riesgo-retorno.

## **Análisis de riesgos**

Aunque este escenario proyecta condiciones altamente favorables para la expansión de The Respect Barber Shop, la planificación estratégica exige considerar los riesgos inherentes a cualquier proyecto emprendedor, incluso en contextos optimistas. A continuación, se detallan los principales riesgos identificados y sus respectivas estrategias de mitigación.

1. **Riesgo de sobrecapacidad o exceso de demanda no sostenida:** En este escenario se proyecta una rápida captación de clientes. Sin embargo, un exceso inicial de demanda podría generar cuellos de botella operativos, largas esperas o deterioro en la experiencia del cliente, afectando la fidelización a mediano plazo.
  - **Mitigación:** Se prevé un escalonamiento en la disponibilidad de turnos, ampliación progresiva del plantel profesional y digitalización de reservas. Estas medidas permiten absorber picos de demanda sin comprometer la calidad del servicio.
2. **Riesgo de inflación no trasladable a precios:** Aunque el modelo contempla una política de precios ajustada a la inflación, podría surgir un escenario en el que la sensibilidad del cliente al precio aumente, dificultando el traslado pleno del contexto inflacionario a la tarifa sin perder competitividad.

- **Mitigación:** La marca se apoya en un fuerte diferencial de valor percibido, que justifica un precio Premium. Además, se contempla la posibilidad de ajustar precios gradualmente y lanzar servicios complementarios con menor elasticidad al precio.
3. **Riesgo operativo por expansión acelerada:** El crecimiento sostenido y la expectativa de alta rentabilidad podrían incentivar decisiones de expansión prematuras, como la apertura de nuevas sucursales sin haber consolidado totalmente la primera.
    - **Mitigación:** Se plantea un enfoque prudente: primero asegurar la madurez operativa de la sede original, mantener indicadores claves estables durante 18 meses y, recién allí, considerar la ampliación. Además, se incorpora una revisión semestral del plan estratégico.
  4. **Riesgo de seguridad y robos:** Uno de los riesgos específicos del barrio de Barracas, donde se ubica la barbería, es la presencia de hechos delictivos, lo que podría afectar tanto la seguridad del personal como de los clientes y del propio local, con potenciales impactos en la percepción del negocio.
    - **Mitigación:** El proyecto contempla la instalación de sistemas de alarmas y seguros comerciales. Asimismo, se seleccionará una ubicación con buena visibilidad, tránsito peatonal y cercanía a avenida. Se prioriza también el diseño de ingreso controlado y horarios alineados con la mayor circulación diurna.
  5. **Riesgo de dependencia de personal clave:** La calidad de atención es uno de los diferenciales del servicio, y una eventual rotación o pérdida de barberos de alto rendimiento podría impactar negativamente en la experiencia del cliente.
    - **Mitigación:** Se desarrollará una cultura organizacional fuerte, basada en la identidad de marca y el respeto profesional. A esto se suma un esquema de incentivos y formación continua, con el objetivo de retener talento, reducir la rotación y construir una comunidad interna sólida.

### ***5.3.3. ESCENARIO PESIMISTA – RENTABILIDAD AMENAZADA POR COSTOS Y BAJA ESCALABILIDAD***

El tercer y último escenario contempla un contexto en el que diversos factores operativos y económicos afectan negativamente el desempeño esperado de la barbería. Lejos de proyectar un escenario catastrófico, este modelo busca representar una situación de desempeño conservador o

incluso adverso, en la que la demanda crece más lentamente de lo esperado, los costos aumentan por encima de lo presupuestado, y el entorno macroeconómico impone mayores desafíos a la rentabilidad.

Este enfoque tiene como objetivo validar si el proyecto continúa siendo financieramente viable y sostenible, incluso bajo condiciones por debajo del ideal. La clave está en analizar si el negocio puede mantener su funcionamiento, cubrir sus costos, y sostener su estructura operativa sin incurrir en pérdidas o requerir inyecciones de capital adicionales.

De esta manera, el escenario pesimista no busca descartar el proyecto, sino poner a prueba su resistencia y flexibilidad frente a condiciones menos favorables. Su inclusión en el análisis integral refuerza el criterio estratégico del plan y brinda herramientas para la toma de decisiones más sólidas.

### Parámetros

- **Unidades vendidas:** Se proyecta un crecimiento lento y limitado en la cantidad de cortes, partiendo de 7.700 servicios en 2026 y alcanzando un máximo de 8.666 en 2030. La evolución promedio anual es inferior al 3%, lo cual refleja un mercado estancado, dificultades para atraer nuevos clientes o una retención menor a la esperada. La baja escalabilidad se convierte en un factor estructural que condiciona la generación de ingresos.

Figura 42: Venta de cortes de pelo proyectado - “Escenario pesimista”

	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Cortes anuales</b>	7700	8008	8248	8413	8666
<b>Cortes mensuales</b>	642	667	687	701	722
<b>Cortes semanales</b>	160	167	172	175	181

Fuente: Elaboración propia, 2025.

- **Precio de venta unitario:** El precio por servicio inicia en \$16.000 y escala hasta \$86.400 en cinco años. Si bien el incremento es considerable en términos nominales, está fuertemente condicionado por la inflación acumulada, por lo que no necesariamente representa una mejora real en términos de margen. En este escenario, la capacidad de

trasladar precios al consumidor se mantiene, pero está limitada por la sensibilidad del público objetivo.

- **Costo de Mercadería Vendida (CMV) unitario:** El CMV aumenta de \$3.200 a \$17.280 por corte. Este crecimiento, más acelerado que el de los ingresos, tiene un efecto negativo directo sobre el margen bruto. El incremento puede estar motivado por mayores precios en insumos, presión salarial o baja eficiencia en la gestión de recursos. Es un escenario donde la rentabilidad unitaria se erosiona progresivamente.
- **Gastos fijos:** La estructura fija muestra una gran aceleración: de \$65 millones en 2026 a más de \$386 millones en 2030. Se proyecta un aumento de los gastos por encima de la inflación para los años 2027, 2028 y 2030.  
Esto sugiere que el negocio carga con un peso operativo importante sin que exista un correlato directo con el crecimiento de la actividad. El desbalance entre costos fijos e ingresos constituye uno de los principales riesgos de este escenario.
- **Impuestos:** La tasa aplicada sobre el EBIT se mantiene en 25%, lo que permite estandarizar el análisis fiscal y evitar distorsiones entre escenarios. No se contemplan beneficios fiscales ni exenciones.
- **Depreciación:** Crece paulatinamente de \$800.000 a \$3.461.120 hacia 2030. Esto responde a la adquisición de activos amortizables, tal como en los otros escenarios.
- **Días promedio de operación:** Este escenario proyecta una operación más ajustada en términos financieros y logísticos:
  - **Cobranza:** Se proyecta una mayor demora en los cobros durante los años 2027–2028 (hasta 40 días), volviendo a valores normales hacia el final.
  - **Inventario:** Se amplían ligeramente, alcanzando hasta 25 días, reflejando una posible dificultad en la rotación o exceso de stock por baja demanda.
  - **Pago a proveedores:** Oscilan entre 15 y 19 días, intentando extender plazos con proveedores para preservar liquidez.

Figura 43: Evaluación financiera – Parámetros del “Escenario pesimista”

Probabilidad de ocurrencia	20%	<i>Rentabilidad Amenazada por Costos y Baja Escalabilidad</i>			
	Parámetros				
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas en unidades	7700	8008	8248	8413	8666
Precio de venta unitario	\$ 16.000	\$ 25.600	\$ 38.400	\$ 57.600	\$ 86.400
CMV	\$ 3.200	\$ 5.120	\$ 7.680	\$ 11.520	\$ 17.280
Gastos fijos	\$ 65.000.000	\$ 107.250.000	\$ 166.237.500	\$ 249.356.250	\$ 386.502.188
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	25%	25%	25%	25%	25%
Días cobranza	30	35	40	30	30
Días de inventario	20	22	25	20	20
Días de pago	15	17	19	15	15
Otros datos:	-	-	-	-	-
Tasa de descuento	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%	10,5%
Inversiones de capital	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
Crecimiento	0%	2%	3%	2%	3%

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Estado de resultados

**2026:** El proyecto inicia con una facturación de \$123,2 millones, generando un margen bruto de \$98,56 millones tras descontar un CMV relativamente controlado. Los costos fijos representan una porción importante del ingreso (más del 50%), pero aun así el EBIT alcanza \$32,76 millones, permitiendo una utilidad neta de \$24,57 millones. Este primer año marca un punto de equilibrio sólido y saludable desde el arranque.

**2027:** Durante el segundo año, los ingresos muestran una evolución positiva, con una suba nominal considerable que eleva la facturación por encima de los \$205 millones. Sin embargo, este crecimiento viene acompañado por un incremento proporcional en los gastos fijos e insumos. A pesar de ese desafío, el resultado operativo mejora notablemente, con un EBIT de \$55,71 millones y una utilidad neta que se acerca a los \$42 millones, consolidando la estabilidad del modelo aún en condiciones de presión inflacionaria.

**2028:** Este período se destaca por una madurez operativa: se alcanza un nivel de ingresos superior a los \$316 millones, acompañado por un crecimiento razonable en los costos. A diferencia de años anteriores, el negocio ya no necesita adaptarse, sino que se concentra en sostener eficiencia. El EBIT se posiciona en \$85,8 millones, con una utilidad neta de \$64,3 millones.

**2029:** Con ventas que rozan los \$485 millones, el modelo económico entra en su etapa de mayor escala. Si bien los costos fijos continúan en aumento, la operación se vuelve más productiva. El resultado operativo, que supera los \$136 millones, confirma que el negocio ha alcanzado un punto de madurez financiera. No solo se consolida el equilibrio, sino que se comienza a generar un excedente cada vez más amplio, siempre teniendo en cuenta la inflación anual.

**2030:** El cierre del período proyectado muestra la mejor versión del modelo: \$748,7 millones en ingresos, \$209 millones de EBIT y \$156,7 millones de utilidad neta. A esta altura, el negocio demuestra que puede mantenerse rentable incluso bajo presión, con una estructura sólida que valida la expansión.

Figura 44: Evaluación financiera – Estado de Resultados del “Escenario pesimista”

Estado de resultados - Proyectado					
	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas	\$ 123.200.000	\$ 205.004.800	\$ 316.732.416	\$ 484.600.596	\$ 748.707.922
CMV	\$ 24.640.000	\$ 41.000.960	\$ 63.346.483	\$ 96.920.119	\$ 149.741.584
<b>Margen Bruto</b>	<b>\$ 98.560.000</b>	<b>\$ 164.003.840</b>	<b>\$ 253.385.933</b>	<b>\$ 387.680.477</b>	<b>\$ 598.966.337</b>
Costos Fijos	\$ 65.000.000	\$ 107.250.000	\$ 166.237.500	\$ 249.356.250	\$ 386.502.188
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
<b>EBIT</b>	<b>\$ 32.760.000</b>	<b>\$ 55.713.840</b>	<b>\$ 85.796.433</b>	<b>\$ 136.161.027</b>	<b>\$ 209.003.030</b>
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EBT</b>	<b>\$ 32.760.000</b>	<b>\$ 55.713.840</b>	<b>\$ 85.796.433</b>	<b>\$ 136.161.027</b>	<b>\$ 209.003.030</b>
Impuestos	\$ 8.190.000	\$ 13.928.460	\$ 21.449.108	\$ 34.040.257	\$ 52.250.757
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 24.570.000</b>	<b>\$ 41.785.380</b>	<b>\$ 64.347.325</b>	<b>\$ 102.120.770</b>	<b>\$ 156.752.272</b>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Indicadores financieros

A pesar de representar un contexto adverso, en el que el negocio enfrenta dificultades estructurales para escalar y una presión creciente sobre su estructura de costos, el escenario pesimista proyecta resultados financieros que confirman la resiliencia y viabilidad del modelo de negocio, incluso bajo condiciones restrictivas.

Desde el comienzo, el proyecto presenta una correcta generación operativa: en el año 2026, tras la inversión inicial de \$18.000.000, comienza a consolidarse un flujo de fondos positivo, con un EBIT de \$32,76 millones y un EBITDA de \$33,56 millones, lo que indica que el negocio logra absorber tanto los costos variables como fijos. A medida que avanza el tiempo, y a pesar del ritmo moderado en el crecimiento de unidades vendidas, los ingresos se incrementan año tras año en términos nominales, lo que permite sostener una trayectoria creciente en los resultados operativos.

Hacia el 2030, el EBIT proyectado asciende a \$209 millones y el EBITDA supera los \$212 millones, reflejando un desempeño operativo sostenido. Este crecimiento, aunque impulsado en gran parte por aumentos nominales de precios, demuestra que el proyecto logra mantener márgenes positivos incluso con una estructura de costos más exigente, particularmente en lo que respecta a gastos fijos y costo variable unitario.

La generación de Free Cash Flow (FCF) se posiciona como un eje clave de sostenibilidad financiera en este escenario de alta presión en costos. Luego de la inversión inicial de \$18.000.000 en 2026, el negocio logra revertir rápidamente la salida de fondos. A partir de 2027 ya se observa un FCF positivo de \$21.953.253, y en los años sucesivos este flujo se mantiene en alza, alcanzando \$98.743.866 en 2030.

El crecimiento del FCF no es lineal, pero sí constante, reflejando la capacidad operativa del proyecto para generar caja aún en un contexto desfavorable. La evolución progresiva de este indicador culmina en un flujo acumulado total de \$641.352.869 al cierre del período, lo que representa no solo la recuperación de la inversión, sino una capacidad sólida de autofinanciamiento, generación de excedentes y construcción de una posición financiera robusta.

Este comportamiento tiene un correlato directo en los indicadores económicos: el Valor Actual Neto (VAN), calculado con una tasa de descuento del 10,5%, alcanza los \$114.278.043, valor más que aceptable para un escenario conservador. La Tasa Interna de Retorno (TIR) proyectada es del 64%, lo cual sigue representando un resultado muy atractivo en comparación con otras alternativas de inversión de riesgo medio. Ambos indicadores validan que el negocio no solo se sostiene, sino que también genera valor en el largo plazo.

Finalmente, el Payback se estima en 2,5 años, un plazo razonable de recuperación que confirma que el capital invertido retorna con rapidez, minimizando la exposición al riesgo financiero y permitiendo reinvertir o distribuir ganancias en un horizonte cercano.

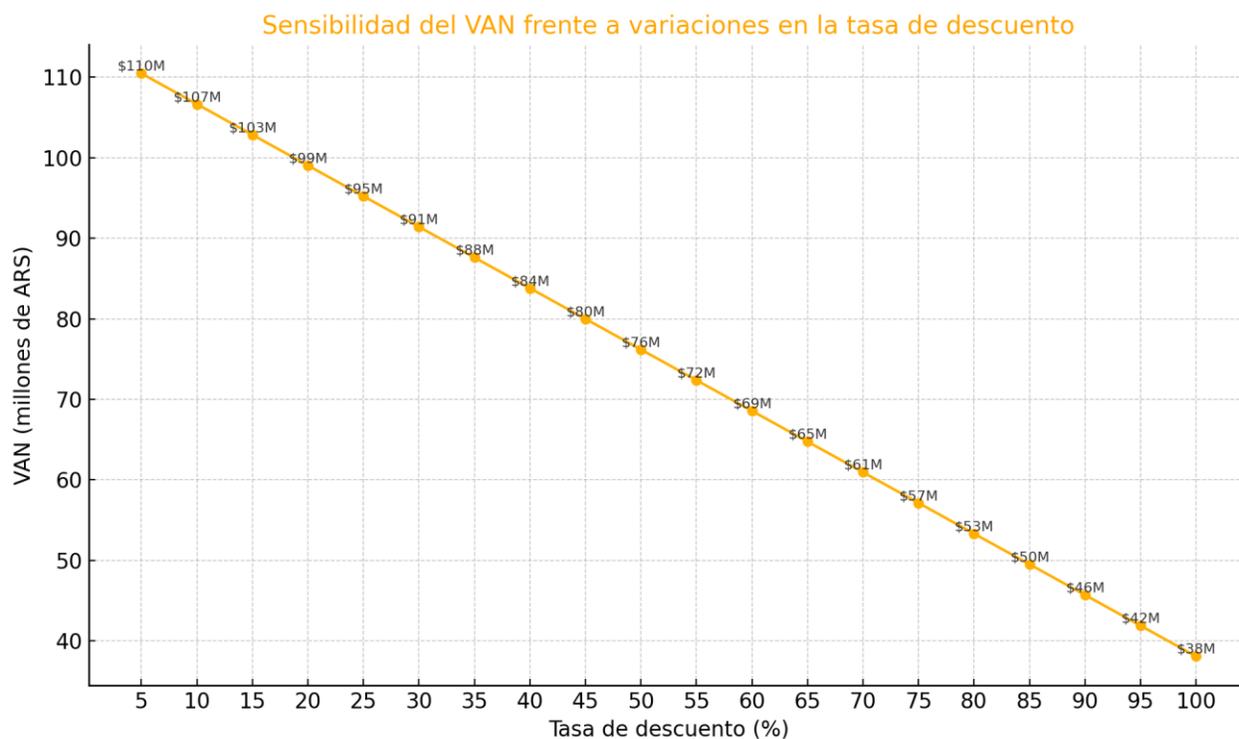
Figura 45: Evaluación financiera – Indicadores financieros del “Escenario pesimista”

Free Cash Flow					
	2026	2027	2028	2029	2030
EBIT	\$ 32.760.000	\$ 55.713.840	\$ 85.796.433	\$ 136.161.027	\$ 209.003.030
Depreciación	\$ 800.000	\$ 1.040.000	\$ 1.352.000	\$ 2.163.200	\$ 3.461.120
EBITDA	\$ 33.560.000	\$ 56.753.840	\$ 87.148.433	\$ 138.324.227	\$ 212.464.150
Var. Cuentas a cobrar	\$ 3.416.747	\$ 16.514.276	\$ 15.261.468	\$ 5.190.892	\$ 22.008.944
Var. Inventarios	\$ 2.277.831	\$ 227.783	\$ 1.893.447	\$ 985.390	\$ 2.934.526
Var. Cuentas a pagar	\$ 2.277.831	-\$ 330.918	\$ 1.496.306	\$ 636.178	\$ 2.282.108
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 3.416.747	\$ 17.072.977	\$ 15.658.610	\$ 5.540.104	\$ 22.661.361
Impuestos s/EBIT	\$ 8.190.000	\$ 13.928.460	\$ 21.449.108	\$ 34.040.257	\$ 52.250.757
Capex	\$ 18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Free Cash Flow	-\$ 18.000.000	\$ 21.953.253	\$ 25.752.403	\$ 50.040.715	\$ 98.743.866
Valor residual	-	-	-	-	\$ 1.558.338.831
Free Cash Flow + VR	\$ 21.953.253	\$ 25.752.403	\$ 50.040.715	\$ 98.743.866	\$ 137.552.031
Tasa de descuento	10,5%				
Factor de descuento					
Valor Actual	-\$ 10.925.998	\$ 21.953.253	\$ 25.752.403	\$ 50.040.715	\$ 98.743.866
Payback	2,5	Año			
VAN	\$ 114.278.043				
TIR	64%				
Flujo acumulado	\$ 24.570.000	\$ 164.985.380	\$ 269.352.125	\$ 418.853.186	\$ 641.352.869

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Sensibilidad del VAN según la tasa de descuento

Figura 46: Sensibilidad del VAN según tasa de descuento – “Escenario pesimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

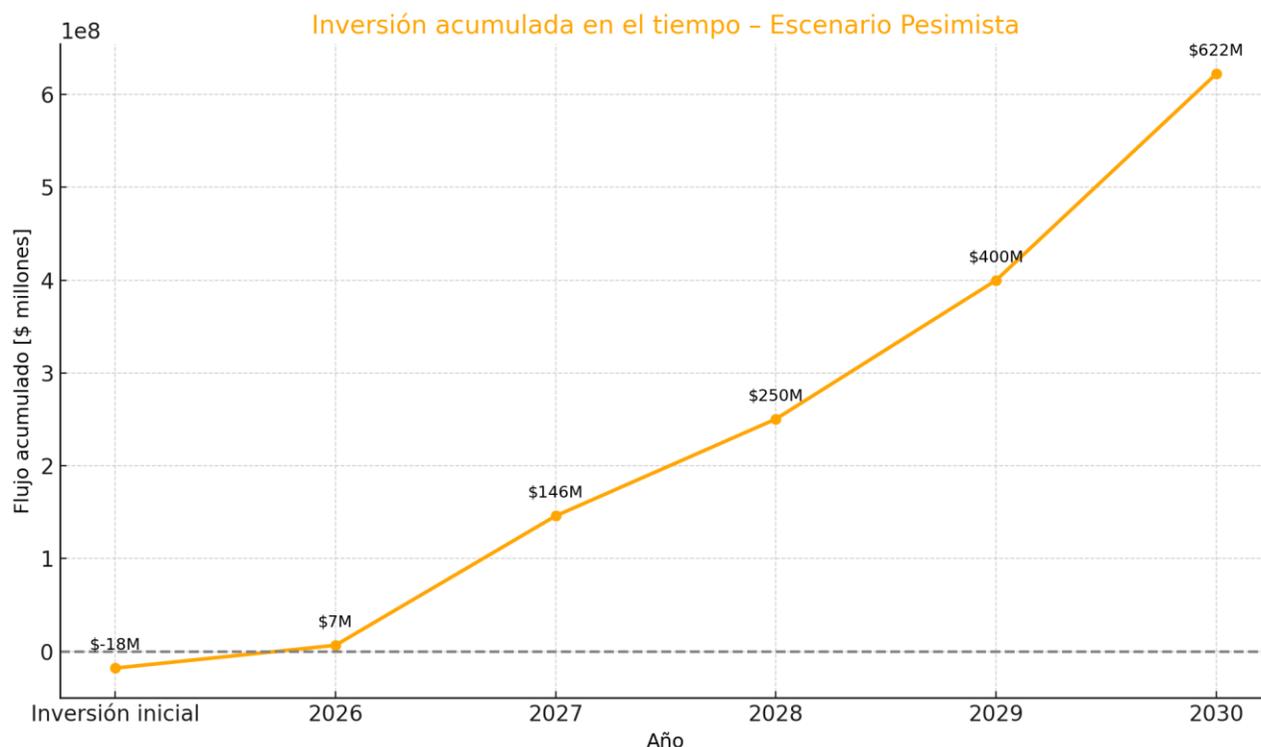
Este gráfico ilustra cómo varía el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto ante diferentes tasas de descuento, partiendo de un valor base de \$114,28 millones cuando la tasa es del 10,5%.

A medida que la tasa de descuento aumenta, el VAN disminuye progresivamente. Este comportamiento es esperable, ya que una mayor tasa implica una menor valoración de los flujos futuros. Sin embargo, incluso con tasas superiores al 50%, el proyecto continúa generando VAN positivo, lo que confirma la solidez financiera del modelo propuesto.

Se demuestra gráficamente que el negocio puede seguir siendo rentable aún bajo escenarios financieros más exigentes, reflejando una resistencia estructural del flujo de fondos, incluso en el contexto más conservador de los tres escenarios analizados.

## Inversión acumulada en el tiempo

Figura 47: Inversión acumulada en el tiempo – “Escenario pesimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

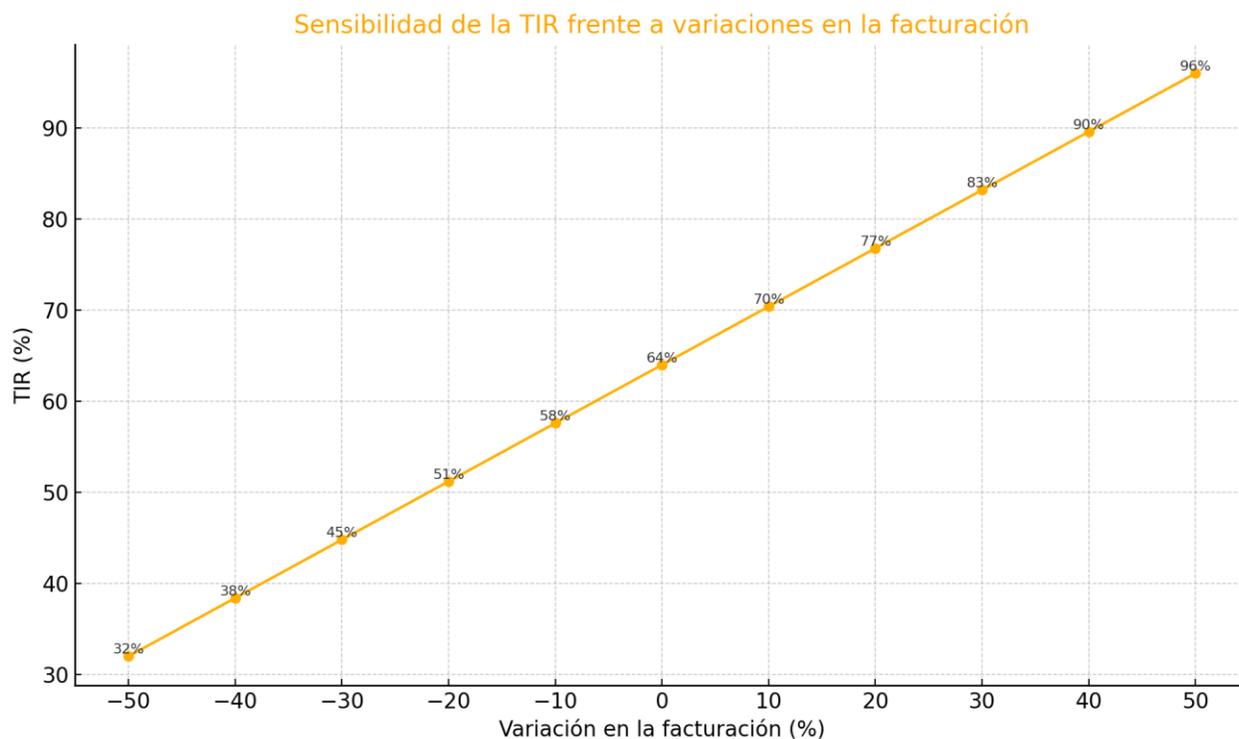
Este gráfico representa la evolución del flujo de caja acumulado desde el inicio del proyecto hasta el año 2030, contemplando la inversión inicial de \$18 millones como salida de caja en 2026.

A pesar de tratarse del escenario más conservador, el negocio muestra una recuperación muy sólida:

- En 2026, se revierte la inversión inicial, cerrando el año con un flujo neto positivo.
- A partir de 2027, los resultados operativos permiten una aceleración clara del flujo de fondos, alcanzando un acumulado de \$146 millones.
- La curva se mantiene ascendente durante todo el período, y en 2030 la inversión acumulada supera los \$622 millones, lo que evidencia que incluso bajo condiciones adversas, el negocio no solo se sostiene, sino que genera excedentes significativos.

## Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación

Figura 48: Sensibilidad de la TIR ante variaciones de facturación – “Escenario pesimista”



Fuente: Elaboración propia, 2025.

El gráfico permite visualizar cómo responde la Tasa Interna de Retorno (TIR) ante diferentes escenarios de facturación, desde una caída del 50% hasta un incremento del 50%, en relación con los valores proyectados originalmente.

La TIR base es del 64%, y se ajusta proporcionalmente según la variación de ingresos:

- Con una reducción del 50% en la facturación, la TIR cae a aproximadamente 32%, manteniéndose positiva.
- Con un incremento del 50%, la TIR asciende a un 96%, lo cual evidencia un excelente retorno en condiciones favorables.

## Análisis de riesgos

Este escenario contempla una realidad desafiante, donde el crecimiento es limitado, los márgenes se ven comprometidos por el aumento constante de los costos, y la escalabilidad del negocio se enfrenta a obstáculos estructurales. En este contexto, la gestión de riesgos se vuelve esencial para garantizar la sostenibilidad de The Respect Barber Shop.

1. **Presión sobre la estructura de costos:** La proyección contempla un incremento acelerado de los costos fijos, muy por encima de la inflación estimada, lo que tensiona la rentabilidad del negocio. Esta situación puede deberse a mayores gastos en alquiler, insumos, servicios o personal, propios de una operación que no logra ajustar su eficiencia a medida que crece.
  - **Mitigación:** La estandarización de procesos, la revisión periódica de contratos y la automatización de tareas no críticas se plantean como herramientas claves para contener esta presión. Asimismo, se prevé la posibilidad de renegociar proveedores o adaptar horarios operativos en caso de necesidad.
2. **Riesgo de estancamiento comercial:** En este escenario, la captación de nuevos clientes es más lenta y el crecimiento en unidades vendidas resulta acotado. La baja escalabilidad implica que, a pesar de un esfuerzo constante, el negocio no logra expandirse en línea con sus costos operativos.
  - **Mitigación:** La fidelización de clientes actuales mediante experiencias personalizadas, programas de referidos y estrategias de retención se convierte en el foco principal. Además, el análisis de la base de datos permitirá identificar segmentos de alto valor para potenciar los ingresos sin requerir grandes inversiones.
3. **Entorno macroeconómico volátil:** Si bien la planificación contempla inflación alta, un deterioro aún mayor del contexto económico (devaluaciones abruptas, caída del poder adquisitivo, etc.) podría afectar tanto los ingresos como los costos operativos, reduciendo aún más los márgenes.
  - **Mitigación:** El modelo proyectado considera ajustes dinámicos de precios y costos año a año. Además, se prioriza operar sin deuda financiera para preservar la autonomía y capacidad de maniobra frente a posibles escenarios de crisis.
4. **Inseguridad en la zona de operación:** Es un riesgo que se tiene en los 3 escenarios planteados. Robos, vandalismo o incidentes en el entorno pueden afectar tanto a los clientes

como al personal, impactando directamente en la percepción del servicio y en los costos asociados a seguridad.

- Mitigación: Se contempla la instalación de cámaras y seguros específicos.

5. **Riesgo de saturación operativa:** Una estructura rígida, combinada con una rentabilidad limitada, puede dificultar la incorporación de mejoras o nuevas unidades de negocio. Esto pone en jaque la posibilidad de evolucionar o adaptarse en el tiempo.

- Mitigación: La planificación del negocio incluye instancias de revisión estratégica anual para evaluar la posibilidad de reconversión, diversificación o ajustes en la propuesta de valor. Se propone una estructura de costos parcialmente variable para evitar rigideces que condicionen decisiones futuras.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. CONCLUSIONES**

La presente tesis ha abordado, con profundidad y rigurosidad, el diseño, análisis y evaluación de un plan estratégico de expansión para The Respect Barber Shop, un emprendimiento consolidado que busca proyectar su propuesta de valor hacia una nueva sede en el barrio de Barracas. A lo largo de este trabajo, se han integrado dimensiones cualitativas y cuantitativas con el objetivo de validar no solo la viabilidad económica de la iniciativa, sino también su sentido estratégico y su coherencia con el entorno competitivo y social en el que se inserta.

El análisis sectorial permitió contextualizar el comportamiento de la industria de barberías, en plena profesionalización y revalorización, donde la demanda sostenida de servicios de cuidado personal masculino ha generado oportunidades de crecimiento. En ese marco, The Respect Barber Shop se posiciona con una identidad definida, construida en torno a los valores de respeto, estilo, pertenencia y calidad de atención, elementos que se consolidan como ventajas competitivas frente a una oferta local amplia.

La investigación incorporó un abordaje estratégico mediante el desarrollo de tres escenarios proyectados (pesimista, más probable y optimista) que contemplan distintas combinaciones de variables críticas como precios, volumen de servicios, estructura de costos e inflación. La simulación de estos contextos permitió evaluar con realismo el nivel de sensibilidad del negocio y validar su capacidad para adaptarse a entornos desafiantes sin comprometer su rentabilidad. En todos los escenarios planteados, el proyecto mostró resultados altamente favorables. El VAN, TIR y el Payback superaron los estándares mínimos esperados para este tipo de emprendimientos, incluso con una tasa de descuento exigente del 10,5%. El proyecto logra recuperar su inversión inicial en plazos inferiores a tres años en todos los casos, y genera excedentes acumulados que no solo aseguran su viabilidad, sino que lo proyectan como un modelo replicable en otros contextos similares.

El posicionamiento de precios de la barbería (por encima del promedio barrial, pero sin convertirse en la opción más costosa) se valida a través del análisis comparativo de precios, que demuestra que el diferencial no reside únicamente en el valor monetario del servicio, sino en la experiencia ofrecida. A esto se suma una estrategia de fidelización innovadora, basada en

beneficios cruzados con comercios del barrio, planes de cortes con descuento y sorteos mensuales, que fortalece la relación con los clientes y potencia el capital simbólico de la marca.

El plan de implementación, estructurado en fases y detallado semanalmente, permite garantizar una apertura controlada, eficiente y en sintonía con los valores que definen a la barbería. Además, el análisis de riesgos contempló variables externas e internas, desde la inseguridad del barrio hasta contingencias operativas, definiendo acciones concretas de mitigación, lo que refuerza la solvencia del proyecto y su grado de preparación frente a escenarios inciertos.

Finalmente, puede afirmarse que el proyecto de expansión de The Respect Barber Shop es viable, rentable y sustentable. No se trata únicamente de abrir un nuevo local, sino de trasladar una cultura de atención, una identidad barrial y una propuesta de valor auténtica a una comunidad que, como Barracas, presenta las condiciones ideales para recibirla. Esta tesis no solo representa la validación de un modelo de negocio, sino también el cierre de una etapa de formación profesional con compromiso, visión y una profunda convicción emprendedora.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

En función del análisis integral desarrollado a lo largo de esta tesis, y en especial considerando los resultados empíricos obtenidos a través de encuestas y proyecciones financieras, se proponen las siguientes recomendaciones estratégicas orientadas a optimizar la implementación del proyecto de expansión y maximizar sus posibilidades de éxito:

- Ubicar la nueva sede sobre Av. Montes de Oca, entre California y Martín García, ya que esta fue la ubicación más elegida por el 52,8% de los encuestados. Esta localización garantiza una alta visibilidad, buen acceso peatonal y vehicular, y cercanía con los principales focos de demanda del barrio de Barracas.
- Aprovechar la figura del barbero “More” como ancla de fidelización, dado que un porcentaje considerable de los clientes actuales manifestó que lo seguiría a una nueva sede. Su presencia debe ser central en la etapa de apertura, funcionando como puente emocional entre la sede original y la nueva, y favoreciendo la retención temprana de clientes.

- Lanzar desde el primer mes los planes de cortes anticipados, con descuentos del 15% y 20% según la cantidad de cortes adquiridos, tal como fue proyectado. Esta herramienta puede estimular la recompra temprana, generar liquidez en la etapa inicial y facilitar la planificación operativa del nuevo local.
- No considerar nuevas aperturas antes del cierre del año fiscal 2026, priorizando la consolidación del modelo en esta nueva sede. Solo una vez que se hayan validado los resultados económicos, operativos y comerciales de forma tangible será pertinente evaluar una eventual réplica del formato en otros barrios.
- Establecer una política de turnos extendida durante los primeros tres meses, ampliando los días y horarios de atención, en respuesta al dato de que el 34,2% de los encuestados manifestó tener dificultades para encontrar turno en franjas horarias convencionales. Esta decisión permitirá captar clientes con disponibilidad reducida y construir una base sólida de usuarios desde el inicio.

**BIBLIOGRAFÍA.**

- Porter, Michael E. (2008). Estrategia Competitiva. México: Grupo Editorial Patria.
- Johnson G, Scholes K, Whittington R, (2006). Dirección Estratégica: Pearson, Prentice Hall.
- Zapata, Oscar A (2005). Cómo encontrar un tema y construir un tema de investigación.
- Reynosa Navarro, Enaidy (2018). Trabajo de investigación. Teoría, metodología y práctica
- Drobchak, Volodymyr; Cando Guanoluisa, Fabiloa (2017). Selección de un tema de investigación
- Araneda Alfero, Luis D. (2001) Diseño de una tesis universitaria su importancia y elaboración.
- Aaker, D. A. (2007). El poder del branding: Cómo construir marcas fuertes. Editorial McGraw-Hill.
- Ansoff, H. I. (1957). Estrategias de diversificación. Harvard Business Review.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). Posicionamiento: El gran juego de la estrategia. McGraw-Hill.
- Schmitt, B. (2003). Gestión de la experiencia del cliente: Un enfoque revolucionario para conectar con sus clientes. Wiley.
- Philip Kotler (2016), "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital".
- Kapferer, J. N. (2012). La nueva gestión estratégica de marcas: Perspectivas avanzadas y pensamiento estratégico. Kogan Page.
- Hollensen, S. (2015). Gestión de marketing: Un enfoque relacional. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing. Pearson.

## ANEXOS

### Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop"



## Encuesta para evaluar la expansión de "The Respect Barber Shop"

Se tiene como objetivo recopilar información clave sobre las preferencias, hábitos de consumo y expectativas de los clientes potenciales, con la finalidad de analizar la viabilidad de la expansión de la barbería.

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### ¿Cuál es tu género? \*

- Masculino
- Femenino

### ¿Cuál es tu edad? \*

- 18-22 años
- 23-27 años
- 28-34 años
- 35-45 años
- Otro: \_\_\_\_\_

**¿Vivís en el barrio de Barracas? \***

- Sí
- No, pero trabajo / estudio en Barracas
- No, pero frecuento Barracas regularmente
- No

**Si no vivís en Barracas, ¿en qué barrio residís?**

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**¿Dónde te cortás el pelo actualmente? \***

- En "The Respect Barber Shop"
- Otra barbería en Barracas
- Barbería en otro barrio
- Me corto el pelo en casa
- Otro: \_\_\_\_\_

**¿Cuál es el principal motivo por el que elegís una barbería? \***

- Atención y trato personalizado
- Cercanía a mi casa / trabajo
- Calidad del corte
- Ambiente y experiencia en la barbería
- Precio
- Recomendaciones de amigos o redes sociales
- Otro: \_\_\_\_\_

## Hábitos de Corte y Preferencias

### ¿Con qué frecuencia te cortas el pelo? \*

- Una vez por semana
- Cada dos semanas
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes

### ¿Qué servicios adicionales te interesan en una barbería? \*

- Venta de productos para el pelo y barba
- Actividad interactiva, como videojuegos
- Venta de bebidas y alimentos
- Ninguno, solo busco un corte de pelo
- Otro: \_\_\_\_\_

### ¿Cuáles de los siguientes atributos considerarás imprescindibles en una barbería? \*

- Ubicación cercana a mi hogar
- Trato amable y personalizado
- Higiene y limpieza del establecimiento
- Calidad del corte de cabello y barba
- Facilidad para estacionar
- Precios accesibles y acordes a la calidad
- Comodidad y ambiente agradable
- Buena gestión de reserva de turnos
- Otro: \_\_\_\_\_

### Expansión y Ubicación

**Si "The Respect Barber Shop" abre una nueva sucursal en Barracas, ¿qué tan probable es que la elijas como tu barbería habitual?** (siendo 1 "Muy poco probable" y 5 "Muy probable")



**¿Qué zona de Barracas te parece mejor para abrir una nueva barbería?**

- Cerca de la Av. Montes de Oca y California
- Cerca de la Av. Iriarte y Vieytes
- Cerca de la Av. Patricios y Martin Garcia
- Zona residencial interna de Barracas al norte
- Cerca de la Av. Montes de Oca y Martin Garcia
- Zona residencial interna de Barracas al sur
- Otro: \_\_\_\_\_

**Si sos cliente actual de "The Respect Barber Shop", ¿con qué barbero te cortás habitualmente?**

- Facundo
- More
- Sebastian
- No tengo un barbero fijo

**Si ese barbero se trasladara a la nueva sucursal, ¿estarías dispuesto a cambiar de ubicación para seguir atendiéndote con él?** \*

- Sí, lo seguiría sin importar la ubicación
- Sí, pero solo si la nueva sucursal está en una zona cercana
- No, prefiero quedarme en la ubicación actual

### Opinión y Sugerencias

**¿Qué mejorarías en tu experiencia actual con las barberías?** \*

Tu respuesta

---

**¿Hay algún servicio o propuesta innovadora que te gustaría ver en una nueva barbería en Barracas?** \*

Tu respuesta

---