

¿Qué está pasando?  
¿Es una moda?  
¿Acierto o error?  
¿Qué depara el futuro?

# BARBERÍA, PELUQUERÍA MASCULINA O BARBERSHOP

**T**odos somos conscientes de este fenómeno y del mercado que ha generado. Recientemente, han aparecido una enorme cantidad de barberías y barbershops pero, ¿tiene esto sustento? ¿Hay espacio para todos? ¿Hay detrás de un bonito local, un buen profesional?

Hemos llegado a un punto elevado en la profesionalización de la peluquería enfocada al hombre. Ya tenemos nuestro espacio en las revistas del sector, tenemos un hueco relevante en las ferias de peluquería, ha aumentado el interés e implicación de las casas para ofrecer los productos que necesitamos y nos demandan los clientes.

Hay profesionales que han convertido su negocio en un barbershop, otros han creado un espacio dentro de su salón y hay, además, una gran cantidad de nuevas incorporaciones con toda la estética barber. ¿Significa esto que se ha transformado por completo el mundo de la peluquería masculina? Como sucede con todas las modas, con el paso del tiempo estas se acomodan, se normalizan y se nivelan. He visto nuevos barbershops de reciente emergencia con el desarrollo de degradados correctos, pero desarrollándolos de forma mecánica y como sistema básico de trabajo. “Tenemos 4 tipos de degradados, ¿cuál quieres?” Me recuerda a

cuando era pequeño e iba al barbero; ese señor con bata blanca, bigote perfilado, peine en el bolsillo del pecho y con olor a Álvarez Gómez. Yo le decía lo que quería y él me hacía siempre el mismo corte, que no era el que yo le había pedido, sino el que el barbero sabía hacer. Ahora, la diferencia es que la gente pide exactamente lo que saben hacer: un buen degradado.

## Es difícil ofrecer el corte de pelo perfecto para cada individuo sin una charla y análisis previo.

¿Qué pasa con la asesoría de imagen, con el análisis de calidad de cabello, formas del cráneo, edad, estilo de vida, rutinas o gustos? Es difícil ofrecer el corte de pelo perfecto para cada individuo sin una charla y análisis previo. Entiendo que esto no se puede hacer si se cobra 10€ por el servicio, o cuando basta con preguntar si se quiere el degradado a 0 ó 0,5. Ha llegado el momento de evolucionar o permanecer inmóvil. Los gustos y tendencias cambian y hay que estar abierto y preparado para ofrecer todo aquello que nos van a demandar o que podemos aconsejar para un giro de estilo.



Por Enrique Marco García  
Peluquería y Estética masculina Quiquepop

## EL PASO DEL TIEMPO

La historia de mi visita al barbero está ambientada en los años 70, cuando la peluquería masculina era muy básica. Luego llegaron los 80, años más locos y desinhibidos, y apareció en España el término “unisex”. Con los 90 llegó una gran crisis económica, a la vez que tuvo lugar una revolución dentro del sector de la peluquería: comenzaron a abrirse las peluquerías denominadas “peluquerías de diseño” y se extendió mucho más el término “unisex”. Estos cambios supusieron una verdadera forma de evolucionar porque tuvieron un efecto real y empezaron a salir peluquerías con más nivel, buscando una clientela más selecta. Creo que fue el momento en el que empezaron a diferenciarse unas peluquerías de otras y el negocio adoptó un papel activo, eligiendo un target determinado como cliente.

En el año 2000 se inició una época de crecimiento económico y todo parecía que funcionaba sin mucho esfuerzo. Sin embargo, diez años después empezamos a sufrir las consecuencias de la crisis y a notar su efecto renovador dentro del sector de la peluquería masculina, que comenzó a ser un negocio rentable, cogiendo fuerza y posicionándose. Florecieron los barbershops, ¡aparecían como champiñones! Se configuraron como negocio de moda, con una inversión bastante accesible, mano de obra barata –por las circunstancias económicas–, que necesita una compra mínima y de productos no perecederos... en definitiva, muchos inversores vieron un negocio rentable y cuando algo se pone de moda se generan flujos de miradas por la posibilidad de negocio y aparece el momento de aprovechar una oportunidad.

## ESPACIO MERECIDO

Pero de aquí se desprende la siguiente pregunta: ¿eres empresario o peluquero? ¿Vas buscando tu identidad o el nego-

cio? Son cuestiones complejas porque siempre intentamos abarcarlo todo y se intenta priorizar según la decisión de cada uno. Está claro que los que se hayan volcado en el lado empresarial –convirtiendo su peluquería en un barbershop– tendrán sus razones, pero deben ser conscientes de la pérdida de identidad o, por lo contrario, del descubierto de su verdadera identidad. También deben ser conscientes de que dentro de 10 años a lo mejor tiene que enfrentarse de nuevo a un cambio radical porque su negocio es totalmente “anti-moda”. ¿Quién sabe lo que estaremos haciendo dentro de 10 años?

## Hoy en día la gente tiene mejores capacidades de cambio y adaptación para renovarse y avanzar.

¿Hay que pensar a largo plazo o a corto plazo? Hoy en día todo va muy rápido y es difícil imaginar lo que pasará o cuáles serán las tendencias dentro de unos años. De momento el “efecto barbershop” ha dado sus frutos

pero ahora comienza un etapa de cambio y regeneración. ¿Podrán todos los negocios de peluquería masculina salir a flote? ¿Se realizará una criba natural? Creo que hoy en día la gente tiene mejores capacidades de cambio y adaptación para renovarse y avanzar. Ahora ha llegado el momento de saber quién tiene esas capacidades. Las modas nos llegan, se van o permanecen, podemos aprovecharlas o no. También podemos descubrir nuestra verdadera identidad y no querer desprendernos de ella.

Está claro que esta es una oportunidad que nos ha llegado a las peluquerías de caballeros y cada uno lo está aprovechando de la mejor forma que ha considerado. Con el tiempo se verá en qué queda esta moda o forma de entender la peluquería masculina. Yo lo que tengo claro es que estos chutes de reivindicación y visibilidad han hecho que la peluquería masculina vaya ocupando su lugar merecido dentro de nuestro sector, tomando su espacio poco a poco, porque todavía nos queda un largo recorrido.