

LAS BARBAS

Es curioso el efecto que la barba tiene sobre la persona que la porta, la relación que puede establecerse con este elemento propio de nuestro cuerpo y cómo puede convertirse en parte muy importante de nuestra estética y de cómo nos identificamos. Un vínculo íntimo a veces difícil de romper.

Todos conocemos la trayectoria que han tenido las barbas en los últimos años y lo que esta tendencia ha supuesto para las barberías en todo el mundo, sobre todo en España, uno de los primeros países en apostar y avanzar en el sector masculino. Ahora, como es normal, profesionales y clientes se preguntan: ¿están todavía de moda las barbas o son ya cosa del pasado?, ¿me dejó ahora barba o “ya no pega”?

2019

Este tema es un poco complejo porque las barbas llegaron como una moda que recuperaba el estilo *vintage* y natural, abrazando el concepto “*hipster*”. Creo que esa asociación de ideas ya no funciona así y la gente lleva barba por otros motivos muy diversos: por integración social, por descuido, por no dejar de probar cómo le queda, etc. Esto puede ser un dilema para los que han llevado barba desde siempre. Si después de 20 años luciendo barba te dicen que lo haces

Peluquería_ Enrique Marco – Quiquepop.
Modelo_ Rodrigo De Diego.
Fotografía_ Rafa Galán.



Por Enrique Marco García
Quiquepop

“por ser un *hipster*”, ¡tiene narices! Pero este es el panorama, porque las barbas se han democratizado y ya no son para unos pocos.

El *target* del barbero va desde jóvenes de 16 años a señores de 70; unos por parecer más mayores, otros para rejuvenecer su *look*, otros por comodidad, otros por principios, otros por encontrar su identidad... sea como fuere, ¡en las barberías no hay forma de quitar las barbas!

La relación que acompaña a la barba y a la persona es algo que solo va ha entender el que la lleva. Es algo que te pertenece, te aporta parte de tu esencia, esa masculinidad que a muchos nos gusta, independientemente de la orientación sexual. Es difícil desprenderse de esas sensaciones cuando te han acompañado un largo período, es como despojarte de algo que te hace verte desnudo ante el espejo. Es por eso que muchos de los que se dejaron barba en su momento —entre hace 5 ó 7 años— ahora quieren un cambio pero no pueden desprenderse de esa parte que consideran algo tan suyo, como un dedo o una oreja.

Las barbas llegaron como una moda que recuperaba el estilo *vintage* y natural, abrazando el concepto “*hipster*”, pero esto ya no es así.

Hay dos elementos esenciales en esta decisión: primero, el volver a verte tal cual eres, libre de vello facial, asusta. Supone quitarnos esa máscara que nos hace estar en un área de confort. Y en segundo lugar, volver al afeitado implica buscar tiempo todos los días para ello, cuando a lo mejor llevamos años sin hacerlo. Estos dos pensamientos hacen difícil la decisión de volver a lucir lampiños. Queda así claro que en las peluquerías vamos a seguir viendo barbas, por suerte para nuestro negocio, pero nuestras ansias de hacer servicios de afeitado se verán truncadas en cuanto toques el tema.

El cambio de aceptación social de la barba es evidente. Hace 10 años, en El Corte Inglés los trabajadores tenían que lucir un afeitado perfecto; ahora, para los mismos puestos, la barba es casi un punto a favor. Por no hablar de los

comercios de hostelería, donde todo camarero que se precie lleva una buena barba y unos cuantos tatuajes. Esto significa que la educación está cambiando y el vello facial ya no es sinónimo de desaseo, sino algo positivo y estético, social y laboralmente aceptado.

Por eso para 2019 auguro más barbas. Pero, ¿qué veremos de diferente? El hombre ha aceptado que el corte de pelo periódico es una obligación, pero no ha interiorizado lo mismo respecto de su barba. Al no entender el cuidado de la barba como algo necesario, ¿qué busca cuando solicita los servicios de un barbero? Busca disfrutar, relajarse, que le mimen, evadirse de la rutina y obtener un extra de belleza en su *look*. Es ahí donde entran los servicios diferenciadores del salón, el trato *premium* para nuestros clientes.

Muchos de los que se dejaron barba en su momento ahora quieren un cambio pero no pueden desprenderse de esa parte que consideran algo tan suyo, como un dedo o una oreja.

Debemos aprender a ver cuáles son los servicios que eligen hacerse por capricho y cuáles son los que solicitan más “como obligación”. Los servicios que eligen por gusto deben ser variados y es ahí donde debemos ofrecer un abanico diferente de opciones de calidad porque el cliente viene preparado para cuidarse y aceptará nuestros consejos. Creo que los servicios de barba van a crecer pero deben hacerlo con más calidad, con un precio más elevado, aportando mayor beneficio a la empresa y mayor satisfacción a los clientes. Los profesionales debemos seguir en el camino de crear experiencias y desarrollar protocolos para integrar inteligencia emocional en nuestros salones, saber encontrar las necesidades de nuestros clientes y resolverlas de la forma más agradable y satisfactoria posible.

2019 está casi a la vuelta de la esquina y tenemos que comenzar a plantearnos nuestros objetivos para próximas etapas. ¿Vamos a seguir haciendo barbas?, ¿de qué manera?, ¿cómo me voy a diferenciar? Como te diría un anglosajón: *it's up to you!*