

Plan de negocios para la creación de una Barbería Móvil

BlackBeard Barber Truck



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Marisol Vergara López & Daniela Alejandra Ramírez Dasa

Noviembre 2020.

CUN - Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.

Escuela de Ciencias Administrativas.

Creación de Empresas.



Plan de negocios para la creación de una Barbería Móvil

BlackBeard Barber Truck



@1Blackbeard7



@blackbeard_truck

Marisol Vergara López & Daniela Alejandra Ramírez Dasa

Noviembre 2020.

CUN - Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.

Escuela de Ciencias Administrativas.

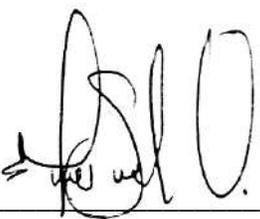
Creación de Empresas.



COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **MARISOL VERGARA LOPEZ** identificado con C.C 1.022.392.987 estudiante del programa ADMINISTRACION DE EMPRESAS declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Firma

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **DANIELA ALEJANDRA RAMÍREZ DASA** identificado con C.C 1.020.828.879 estudiante del programa ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Daniela

Firma

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios está centrado en la creación de una Barbería móvil llamada Blackbeard Barber Truck, que consiste en ofrecer un servicio especialmente a los hombres que se preocupan por su presentación personal, enfocándose en el cuidado del cabello, barba y bigote.

Esta idea nace con la necesidad de satisfacer de manera diferente el mercado del autocuidado masculino, ofreciendo un servicio totalmente personalizado al alcance de su bolsillo y con la opción de ser atendido en la comodidad de su hogar. Tan solo basta con realizar la reservación en el horario que más se acomode a sus necesidades y Blackbeard Barber truck estará allí.

Las características que lo hacen especial, son la experiencia que se llevará el cliente con la atención a domicilio y la asesoría personalizada, que busca prestar un servicio de acuerdo a las necesidades y requerimientos del cliente, ofreciendo productos de calidad y que al mismo tiempo son amigables con el medio ambiente.

Para determinar la factibilidad de esta idea de negocio inicialmente se realizó un estudio de Mercado, con el cual fue posible determinar el nivel de aceptación que podría llegar a tener la Barbería, arrojando como resultado de la muestra de 100 personas encuestadas, que el rango de edad en el cual se encuentra el público interesado está entre los 18 y 50 años; el 81.2% considera que ir a la Barbería es una necesidad y que el valor que suelen gastar en este servicio está entre los \$15,000 y \$50,000 pesos colombianos, este público se encuentra laboralmente activo y visita

con frecuencia una barbería. También fue posible conocer las características que son indispensables para los clientes, como lo son la asesoría y atención personalizada con un 71.3%, este valor es de gran importancia, ya que Blackbeard se enfoca en brindar una experiencia de calidad en el servicio, esta encuesta también permitió conocer cuál sería la mejor estrategia de marketing y cómo facilitar la captación de nuevos clientes.

La barbería planea ubicar inicialmente un remolque en los alrededores de la localidad de Usaqué, sector que se encuentra en el extremo nororiental de la ciudad y limita al occidente con la autopista Norte, en este sector predominan las clases media y alta, el 32.3% de los predios son de estrato 4, el 24.8% estrato 6 y el 21.1% estrato 3.

Una de las principales características que diferencian a Blackbeard de la competencia, es la implementación de una estrategia de ecodiseño, que permite reducir el impacto ambiental reduciendo el uso de energía con la utilización de un vehículo híbrido que al mismo tiempo reduce la huella de carbono, también se implementaran campañas que fomenten de reciclaje y separación de basuras.

Se calcula una inversión inicial para proyecto de \$116.813.734 de pesos, proyectando unas ventas estimadas de aproximadamente de \$23.655.056 de pesos entre productos y servicios.

Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo.....	5
Introducción	16
Objetivos	17
Objetivo General	17
Objetivos específicos	17
Claves para el Éxito.....	18
Desarrollo del Proyecto	19
CAPITULO I.	20
1. Descripción de la idea de negocio	21
1.1. ¿Cuál es el producto o servicio?.....	21
1.2. ¿Quién es el cliente potencial?	21
1.3. ¿Cuál es la necesidad?.....	21
1.4. ¿Cómo?	22
1.5. ¿Por qué lo preferirán?	22
2. Modelo de Negocio	23
2.1. Segmento.....	23
2.1.2. Demográfica	25
2.2. Propuesta de Valor	42
2.3. Arquitectura del Servicio.....	43
2.4. Costos.....	48
2.5. Mecanismos de Entrega	49
2.6. Ganancias Esperadas	51
2.7. Recursos	51
2.8. Fidelidad.....	65
2.9. Cadena.....	67
3. Modelo de venta por internet	71
3.1. ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	71
3.2. ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	71
3.2.1. App Black Barber Truck	71
3.2.2. Página Web.....	72

3.3.	¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	73
3.3.1.	<i>Medios de Pago</i>	73
4.	Innovación sostenible	74
4.1.	Ecodiseño Blackbeard	74
4.2.	Uso eficiente del agua	74
4.3.	Reducción en el consumo de energía.	75
4.3.1.	<i>¿Como ahorra energía?</i>	75
4.4.	Materias Primas	76
4.5.	Emisiones	77
4.6.	Residuos	78
4.7.	Marketing	78
4.7.1.	Uso de materiales para campañas de marketing	78
5.	Análisis del Sector	79
5.1.	Estrategia del Océano Azul	79
5.2.	Cuadro de Competidores	80
5.3.	Estrategias	81
5.4.	Análisis de Porter	82
	CAPITULO II	83
6.	Marketing Mix	84
6.1.	Estrategias de producto para clientes	84
6.1.1.	Características del Producto/Servicio	84
6.2.	Portafolio	90
6.3.	Estrategia de Precios	91
6.4.	Estrategia de Distribución	98
6.5.	Estrategias de Comunicación	100
6.5.1.	Marketing de búsquedas SEM – SEO	100
6.5.2.	SMS Marketing	101
6.5.3.	Video marketing	103
6.5.4.	Marketing de fidelización y Promoción de Ventas	103
6.5.5.	Marketing de Redes Sociales	104
6.5.6.	Marketing Directo y Ventas Personales	105
7.	Marketing Mix	107
8.	Desarrollo de la Marca	110

9. Estrategia de Marketing Digital.....	111
9.1 Campañas de Marketing Digital	118
10. Métricas Clave.....	121
10.1. Facebook.....	121
10.2. Instagram	123
10.2.1. Posicionamiento Orgánico:	124
10.3. Comportamiento de Publicaciones, Seguidos y Seguidores:	125
10.4. Comportamiento de Publicaciones:	128
10.5. Estadísticas Generales a 7 Días	129
10.6. Seguimiento Final.....	130
CAPITULO III.	83
11. Estudio Técnico.....	132
11.1. Localización del Proyecto.....	132
11.2. Requerimientos de Inversión	141
11.3. Planos de Barber Truck	143
11.4. Ingeniería del Proyecto	147
1.4.2. ¿Qué materias primas e insumos necesita para la prestación del servicio?.....	148
11.5. Tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción.....	150
12. Ficha técnica.....	151
13. Lanzamiento Producto Mínimo Viable	153
Lista de Anexos.....	155
Bibliografía	163

Blackbeard

¡ESTILO, EL PODER DE TU LOOK!

Lista de Tablas

<i>Tabla 1. Organigrama Barber Truck.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 2. Costos Blackbeard Barber Truck.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 3. Jornada Laboral Blackbeard.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 4 Ventas estimadas de productos cuidado personal.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 5. Ventas estimadas de servicios.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 6. Proyección de Ventas.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 7 Mobiliario de Barberia.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 8. Equipos e Insumos.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 9. Productos para Barberia.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 10 Recursos Financieros Blackbeard.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 11 Equipo Blackbeard Barber Truck.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 12 Proveedores de Productos.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 13 Océano Azul.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 14. Cuadro de variables competidores.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 15. Curva de valor Océano Azul - Rojo.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 16 Análisis Cinco Fuerzas Porter.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 17 Listado de Mobiliario y Equipos.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 18 Portafolio de Servicios Blackbeard Truck.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 19 Fijación de Precios corte de Cabello.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 20 Fijación de Precios Servicios de Barba.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 21 Fijación de Precios Tratamientos Faciales.....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 22 Fijación de Precios Manicura y Pedicura.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 23 Tabla de Marketing Mix.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 24 Matriz de desarrollo de la marca.....</i>	<i>110</i>

<i>Tabla 25 Costo de Inversión Blackbeard Barber Truck</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 26 Diagrama de Flujo de servicio de Blackbeard Barber Truck.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 27 Materia prima e insumos Corte de Cabello y Barba</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 28 Materia prima e insumos Tratamiento Facial</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 29 Materia prima e insumos Manicura y pedicura.....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 30 Materia prima e insumos generales.....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 31 Tabla de requerimientos</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 32 Ficha Tecnica</i>	<i>151</i>



Lista de Figuras

Figura 2. Ubicacion Blackbeard Barber Truck	20
Figura 3. Piramide Poblacional	21
Figura 4. Encuesta estudio de mercado.....	22
Figura 5. Encuesta - ¿Usted en qué rango de edad se encuentra?.....	24
Figura 6. Encuesta - ¿A qué se dedica?	25
Figura 7. Encuesta - ¿Con que frecuencia va a la Barbería?.....	25
Figura 8. Encuesta - ¿Qué servicios utiliza?.....	26
Figura 9. Encuesta - ¿Considera que Ir a la peluquería o barbería es para usted?	27
Figura 10. Encuesta - ¿Cuánto suele gastar cada vez que va a la peluquería o Barbería?.....	27
Figura 11 Encuesta - ¿Va a la misma Barbería siempre que lo requiere? o ¿Suele ir a distintas?.....	28
Figura 12. Encuesta - ¿Estaría dispuesto a cambiar de barbería para probar un servicio diferente en atención y corte?.....	29
Figura 13. Encuesta - ¿Porque escogería otra Barbería?.....	29
Figura 14. Encuesta - ¿Es indispensable que una Barbería o peluquería tenga?.....	30
Figura 15. Encuesta - ¿Cuánto es la espera promedio para la atención?	31
Figura 16. Encuesta - ¿Qué días acostumbra ir a la Peluquería o Barbería?.....	31
Figura 17. Encuesta - ¿En qué horario acostumbra ir a la Peluquería o Barbería?.....	32
Figura 18. Encuesta - ¿Con quién va a la Barbería o Peluquería?	32
Figura 19. Encuesta - ¿Cómo conoció la Peluquería o Barbería que actualmente frecuenta?	33
Figura 20 Encuesta - Si va a una peluquería o Barbería Nueva y le gusta ¿La recomendaría?.....	34
Figura 21 Encuesta - En caso de que se premie la recomendación, preferiría que:	34
Figura 22 Encuesta - ¿Le gustaría que le envíen avisos de promociones semanales a su celular?.....	35
Figura 23 Encuesta - ¿Cómo le gustaría recibir el aviso de promociones?.....	35
Figura 24 Encuesta - ¿Compraría productos para su cuidado personal? (Cabello, Barba, Rostro).....	36

<i>Figura 25. Encuesta - ¿Qué productos estaría dispuesto a comprar?</i>	<i>36</i>
<i>Figura 26. Encuesta - Si pudiera agendar su cita y recibir el servicio de Barbería o Peluquería en la puerta de su casa, manteniendo los precios estándar del mercado. ¿Qué opinaría usted?</i>	<i>37</i>
<i>Figura 27. Propuesta de Valor</i>	<i>38</i>
<i>Figura 28. Vehículo Blackbeard Barber Truck.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 29. Mecanismos de entrega de propuesta de valor.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 30. Camión Hino Dutro Híbrido.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 31. Funcionamiento Camión Dutro Híbrido.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 32. Proyectos adecuación para Barbería Colombian Food Trucks.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 33. Silla para Barbería.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 34. Tocado para Barbería.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 35. Silla para sala de espera.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 36. Mueble para Recepción.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 37. Vitrina de Exhibición.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 38. Butaco para Manicura y Pedicura.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 39. Silla Recepción.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 40. Requerimientos para Fidelización.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 41. Proveedores de servicios.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 42. Alianzas estratégicas.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 43. Lienzo Modelo Canvas Black Barber Truck.....</i>	<i>70</i>
<i>Figura 44. Vehículo Hino Dutro Híbrido.....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 45. Ficha Técnica Hino Dutro Híbrido 5.5 ton.....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 46. Imagen de referencia Barber Truck.....</i>	<i>89</i>
<i>Figura 47. Imagen de referencia Instalaciones BlackBeard Barber Truck.....</i>	<i>89</i>
<i>Figura 48. Estrategias de Distribución.....</i>	<i>99</i>
<i>Figura 49. Publicidad Motores de Búsqueda.....</i>	<i>101</i>

<i>Figura 50 Publicidad mediante mensajería de texto</i>	<i>102</i>
<i>Figura 51 Promociones de Ventas.....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 52 Perfil Instagram Blackbeard Barber</i>	<i>104</i>
<i>Figura 53 Perfil Instagram Blackbeard Barber</i>	<i>104</i>
<i>Figura 54. Imagen de referencia Barber Truck – Recepción Atención</i>	<i>105</i>
<i>Figura 55. Aplicación Blackbeard Barber Truck</i>	<i>106</i>
<i>Figura 56. Aplicación WhatsApp Business</i>	<i>106</i>
<i>Figura 57. Página Web BlackBeard Barber Truck - Inicio</i>	<i>112</i>
<i>Figura 58. Página Web BlackBeard Barber Truck – Servicios</i>	<i>112</i>
<i>Figura 59. Página Web BlackBeard Barber Truck - Contacto.....</i>	<i>113</i>
<i>Figura 60. Landing Page Versión Escritorio.....</i>	<i>113</i>
<i>Figura 61. Landing Page Versión Escritorio.....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 62. Landing Page Versión Escritorio.....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 63. Landing Page Versión Móvil</i>	<i>115</i>
<i>Figura 64 Página Blackbeard Barber Truck</i>	<i>116</i>
<i>Figura 65 Página en Instagram Blackbeard Barber Truck</i>	<i>117</i>
<i>Figura 66 Marketing Digital Pagina Facebook.....</i>	<i>118</i>
<i>Figura 67 Marketing Digital Página Facebook.....</i>	<i>119</i>
<i>Figura 68 Marketing digital Página Instagram.....</i>	<i>119</i>
<i>Figura 69 Marketing Digital Pagina Instagram.....</i>	<i>120</i>
<i>Figura 70. Marketing Digital Historia Instagram</i>	<i>120</i>
<i>Figura 71. Estadísticas de Publicación Facebook.....</i>	<i>121</i>
<i>Figura 72. Estadísticas de Publicación Facebook.....</i>	<i>122</i>
<i>Figura 73. Estadísticas de Publicación Facebook.....</i>	<i>123</i>
<i>Figura 74. Comportamiento Perfil de Instagram</i>	<i>125</i>
<i>Figura 75. Seguimiento a Publicaciones historias perfil de Instagram.....</i>	<i>125</i>

<i>Figura 76. Seguimiento de perfil Instagram</i>	126
<i>Figura 77. Seguimiento a historias Instagram</i>	126
<i>Figura 78. Seguimiento tercer día Instagram</i>	127
<i>Figura 79 Alcance en historias Instagram</i>	127
<i>Figura 80 Alcance en publicaciones y promociones</i>	128
<i>Figura 81 Estadísticas generales – Desglose de seguidores en los primeros 7 día</i>	129
<i>Figura 82 Estadísticas generales – Momentos de actividad</i>	130
<i>Figura 83 Seguimiento en Instagram</i>	130
<i>Figura 84 Localización Blackbeard Barber Truck</i>	133
<i>Figura 85. Barrios Localidad de Usaqué</i> n.....	136
<i>Figura 86. Estratificación Económica Localidad Usaqué</i> n.....	138
<i>Figura 87. Ubicación de Oficina Blackbeard</i>	140
<i>Figura 88. Plano Oficina Administrativa</i>	144
<i>Figura 89. Parqueadero de la Oficina para Furgón</i>	145
<i>Figura 90.Plano Interno Barberia Blackbeard Barber Truck</i>	146
<i>Figura 91 Diseño Externo de la Barberia Blackbeard</i>	146
<i>Figura 92.Storyboard BlackBeard Barber Truck</i>	152

Blackbeard

¡ESTILO, EL PODER DE TU LOOK!

Introducción

Black Beard Barber Truck, será una empresa que ofrecerá servicios profesionales de Barbería, contando con expertos calificados, que se encargaran de brindarle la asesoría necesaria para que el cliente se sienta a gusto dentro de las instalaciones. También podrá encontrar productos especializados para el cuidado de su cabello y su barba.

El funcionamiento de **Black Beard Barber Truck**, será mediante un sistema de citas, que, al momento de la llegada del cliente, tendrá un espacio de espera donde serán atendidos al mejor estilo **Black Beard**, disfrutando de la variedad de bebidas ofrecidas y un ambiente tipo Rock & Roll.

Entre los años 30 y 60, las barberías fueron el lugar de culto por excelencia de muchos hombres, era el punto de encuentro donde se reunían, se juntaban en extendidas conversaciones y pasaban su tiempo libre.¹

Hoy en día las barberías, dejaron de ser un lugar oculto del hombre, han cobrado relevancia debido a las nuevas modas y tendencias que surgen, se ha convertido en el lugar preferido por parte de ellos, para verse y sentirse bien.



¹ Tomado de Blog 3 claveles. Origen de la Barbería

Objetivos

Objetivo General

Implementación de la tendencia Barber Truck a domicilio, con servicio personalizado a un precio competitivo.

Objetivos específicos

- Analizar las nuevas tendencias del mercado.
- Investigación del consumo por parte de los usuarios.
- Expandir el servicio en nuevos mercados y nuevas localidades.
- Reconocimiento de la marca.
- Aumentar la generación de clientes potenciales y fidelización de estos.
- Aportar a la disminución del impacto ambiental.



Claves para el Éxito

- Atención personalizada.
- Cómodas Instalaciones
- Desplazamiento a diferentes lugares
- Diseño de estrategias para llevar la información de nuestros servicios a nuevos clientes.
- Diseño y creación de blog corporativo, llenarlo con contenido exclusivo, novedoso.
- Adquirir nuevos conocimientos de acuerdo a las nuevas de tecnologías del día a día.
- Publicidad y marketing para acceder a nuevos mercados.



Desarrollo del Proyecto

1. INNOVACIÓN
2. PLAN DE MARKETING
3. ESTUDIO TÉCNICO





CAPITULO I. INNOVACIÓN

1. Descripción de la idea de negocio

1.1. ¿Cuál es el producto o servicio?

Somos una Barbería con un toque especial, al estilo Barber Truck, buscamos mejorar la experiencia de nuestros clientes ofreciéndoles variedades en cortes, productos y todo lo necesario para que se sientan satisfechos, ofreciendo atención personalizada y al alcance de su bolsillo, teniendo en cuenta todos los protocolos de seguridad, brindando comodidad en todo el proceso de corte o tratamiento que desee realizar.

1.2. ¿Quién es el cliente potencial?

Hombres entre los 18 y 50 años que buscan cuidar su imagen personal, pertenecientes a la clase socioeconómica media y alta, que vivan o trabajen en la localidad de Usaquén.

Hombres que buscan verse y sentirse diferentes, con el toque clásico de una Barbería que ofrece productos y servicios para el cuidado personal, dedicados solo a ellos.

1.3. ¿Cuál es la necesidad?

Debido a la situación que se está enfrentando hoy en día, la mayoría de personas no quieren salir de sus casas a lugares tan lejanos, por lo que al prestar este servicio se busca minimizar la exposición.

La necesidad presente, es el cuidado y presentación personal, que son preocupaciones importantes para los hombres, con lo cual, día a día la demanda de estos servicios aumenta y requiere atención especializada para el público masculino, por esta razón nace la idea de una

Barber Truck, una barbería con estilo Agresivo y un ambiente de Rock & Roll. ¡Atención al alcance de sus manos!!

1.4. ¿Cómo?

Inicialmente nos encontraremos ubicados en la localidad de Usaquén en la ciudad de Bogotá, tendremos un remolque el cual cubrirá los servicios a su alrededor, contaremos con una app en la cual se hará el registro y la solicitud del servicio, la cual mostrará el precio y disponibilidad de horario, también encontraras un catálogo de los productos y servicios disponibles.

1.5. ¿Por qué lo preferirán?

Nuestros clientes mostraran una preferencia debido a:

- Nuestros precios.
- Excelente atención al cliente.
- Ofertas y Promociones.
- Asesoría personalizada por profesionales
- Mayor seguridad evitando la exposición
- Uso de productos naturales y biodegradables, amigables con el medio ambiente.

2. Modelo de Negocio

2.1. Segmento

2.1.1. Geográfica:

Black Beard Barber Truck principalmente está dirigido al público masculino, la Barbería se encontrará ubicada en Colombia.

Geográficamente nuestro mercado se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá, específicamente en la localidad de Usaquén.

Figura 1.

Ubicación Black Beard Barber Truck

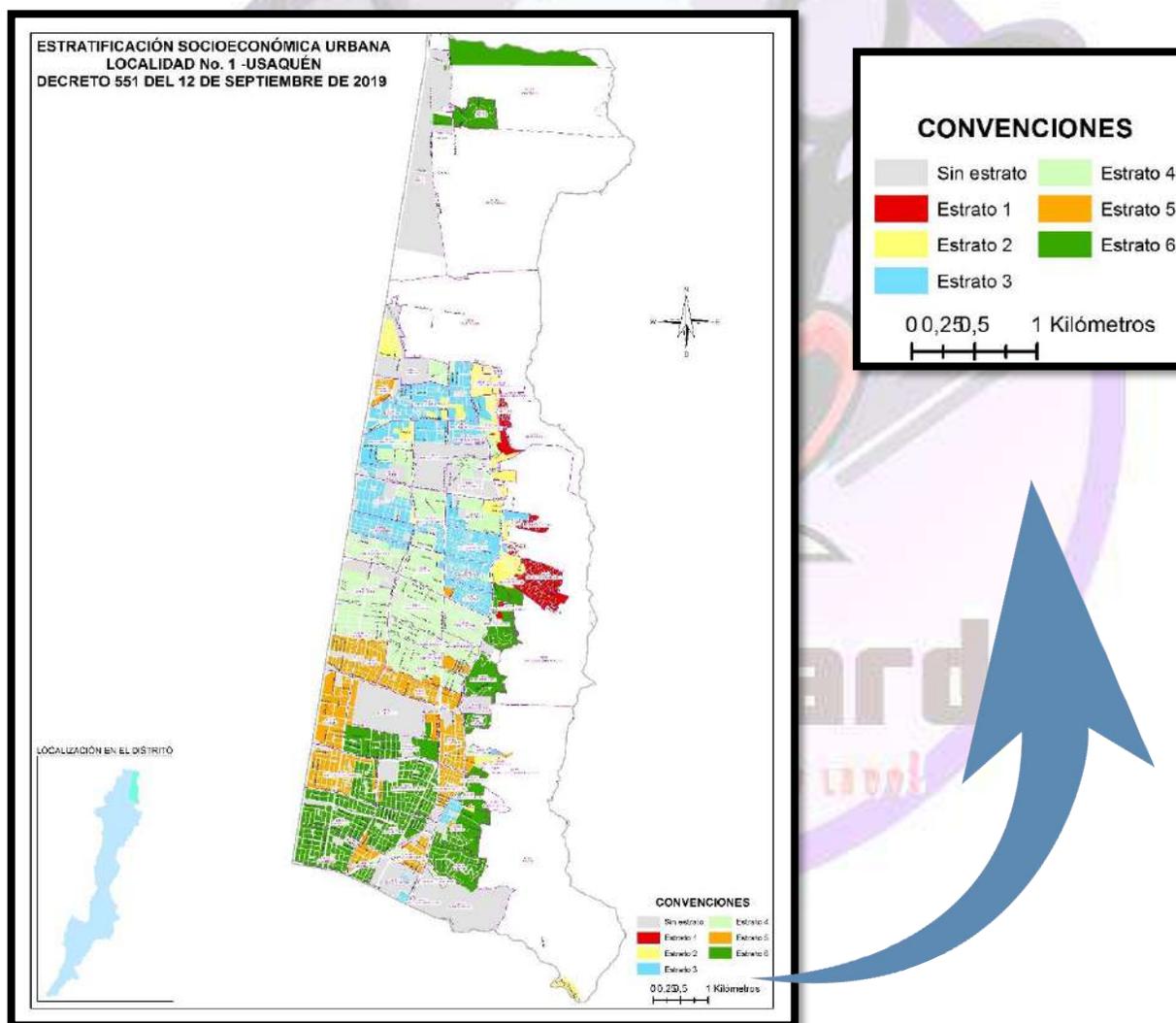


Fuente. Tomada de Veeduría Distrital (2017)

Esta localidad se escogio por su estrato socioeconomico, ya que alli se ubican las clases Media – Alta, como podemos apreciar en la siguiente figura:

Figura 2.

Ubicación Black Beard Barber Truck



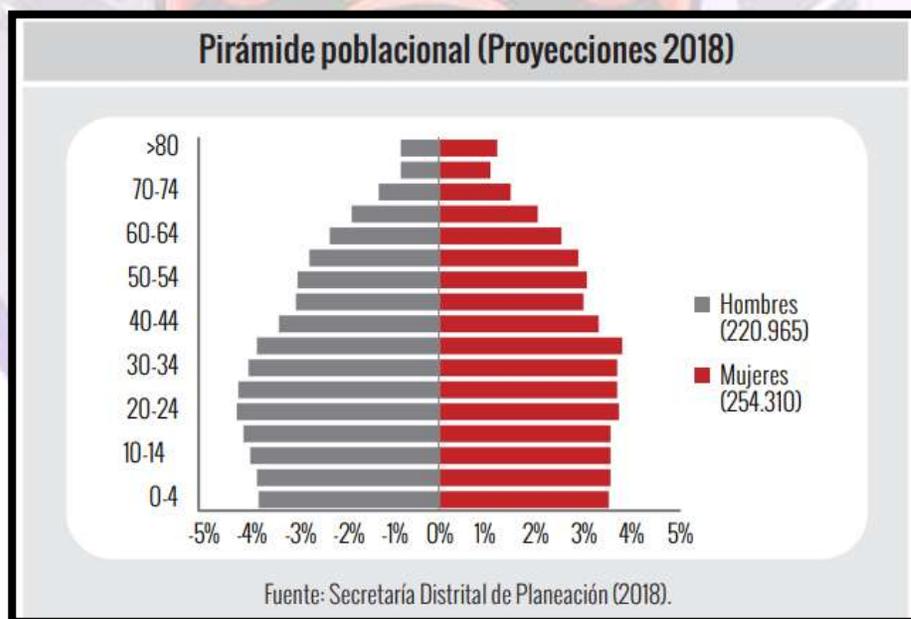
Fuente. Tomada de Secretaria Distrital de Planeación (2019)

2.1.2. Demográfica

En la ciudad de Bogotá hay una cantidad aproximada de 8.181.047 de habitantes de los cuales el 47.8% son hombres. Específicamente en la localidad de Usaquén, teniendo en cuenta las estadísticas de Secretaría Distrital de Planeación (2018), existen una cantidad aproximada de 475.275 habitantes, de los cuales 220.965 son hombres, que podrían convertirse en nuestros posibles clientes potenciales.

Figura 3.

Pirámide Poblacional



Fuente. Tomada de Veeduría Distrital (2017)

Para conocer las necesidades y tener una visión más clara de nuestro público objetivo, se realizó una investigación de mercado, por medio de encuestas a través de un Formulario de Google, y se aplicó a una muestra de 100 personas del mercado objetivo.

Figura 4.

Encuesta de estudio de mercado



The image shows a screenshot of a Google Form titled "BLACK BEARD BARBER TRUCK". The form is displayed on a browser window with the URL "docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd8_hOPi3XRZKk9HARhZpa_katTSsq9ib_uN35NkuL9tz3g/viewform". The form content includes the title "BLACK BEARD BARBER TRUCK" in large, bold, black letters. Below the title, there is a subtitle "BLACK BEARD BARBER TRUCK" and a paragraph of text: "Cordial saludo, se realiza esta encuesta con el objetivo de evaluar la factibilidad que tiene nuestra empresa para ser lanzada al mercado". A red asterisk indicates that the following question is mandatory. The question is titled "Preguntas del cuestionario" and the text is "BLACK BEARD BARBER TRUCK * (SOLO HOMBRES)*".

Fuente. Elaboración Propia en Formulario Google

La encuesta contiene 20 Preguntas que permiten identificar las preferencias, necesidades y características de consumo en el cuidado personal masculino.

Objetivos de la Investigación de Mercado.

- Conocer las posibles amenazas o debilidades frente a las características de consumo.
- Entender a partir de resultados las expectativas que se tiene sobre el servicio.
- Identificar gustos y preferencias frente a la idea de negocio.
- Evaluar las posibilidades para una mejora continua.

Metodología Y Diseño Del Formulario.

Se diseño una encuesta caracterizada por sus opciones de respuesta rápida, en el que se puede acceder con el siguiente link <https://forms.gle/Z7dFtdKUZmQAp5BCA> , apoyándonos en una herramienta gratuita y fácil de usar en Google Drive – Formulario de Google.

Esta herramienta nos permitió recopilar la información necesaria y exportarla para su posterior análisis. En esta aplicación de investigación esperamos obtener estadísticas variables que nos permitan medir una cantidad específica de clientes interesados en cada uno de los servicios de acuerdo a su preferencia. A continuación, se detallan las 20 preguntas que conforman esta encuesta con sus respectivas opciones de respuesta cada uno.

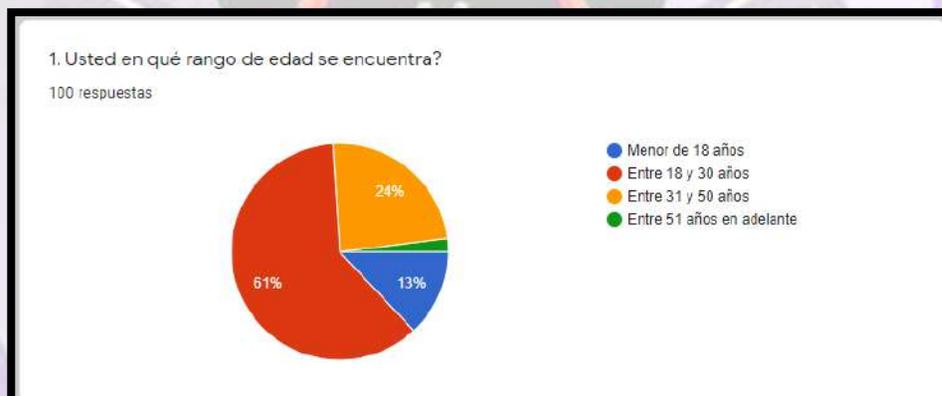
Resultados

Con los datos obtenidos en la encuesta realizada, se pudo determinar que:

El rango de edad en el que se encuentra el público objetivo está entre los 18 años y los 50 años, notando que el público mayormente interesado esta entre los 18 años y 30 años con un porcentaje de 61% de las encuestas realizadas, como se observa a continuación:

Figura 5.

Encuesta - ¿Usted en qué rango de edad se encuentra?

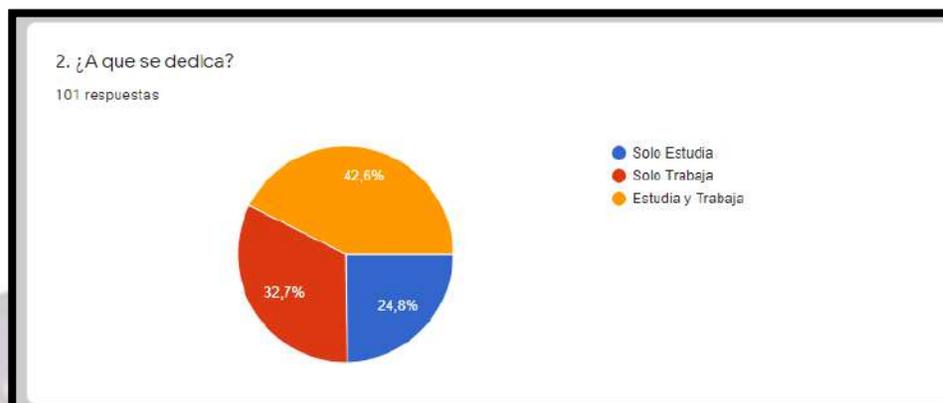


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Cómo podemos observar en la siguiente pregunta los encuestados estudian y trabajan, por lo que este público destaca que cuenta con poco tiempo, por lo que posiblemente llegue agotado y prefiera que lo atiendan en la comodidad de su hogar.

Figura 6.

Encuesta - ¿A qué se dedica?

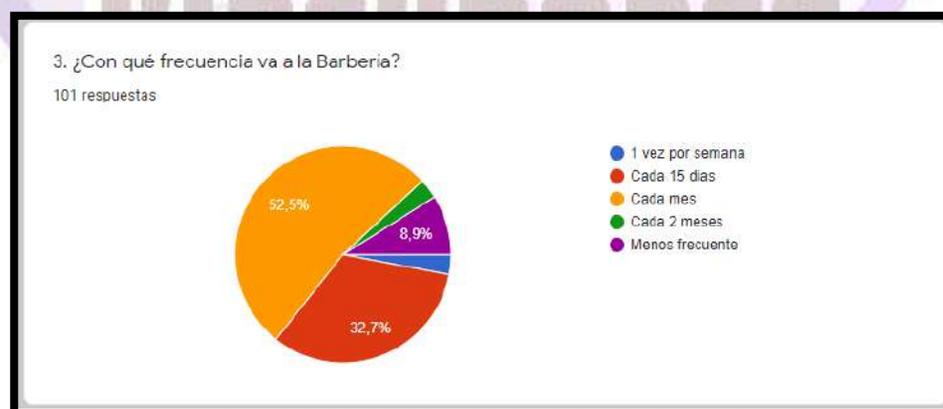


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Esta pregunta permite conocer que tan frecuente las personas visitan una Barbería podemos destacar que el 52.5% visita la Barbería cada mes, seguido de un 32.7% que la visita cada 15 días.

Figura 7.

Encuesta - ¿Con que frecuencia va a la Barbería?

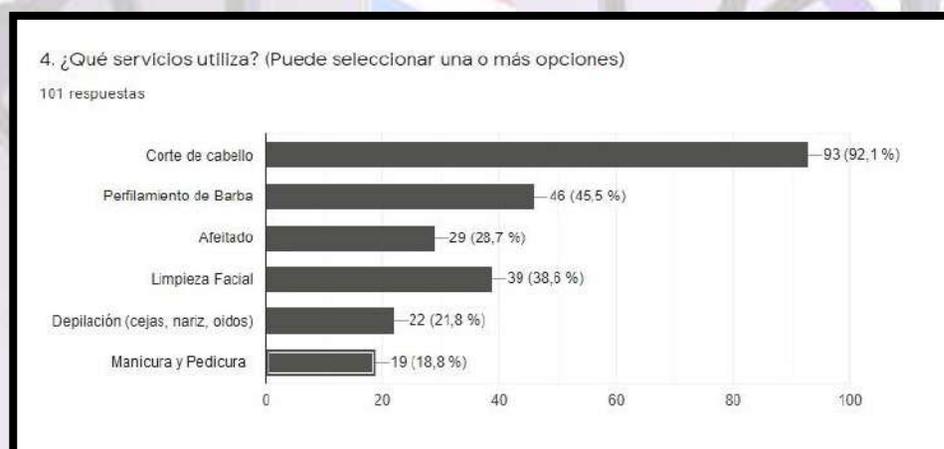


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Los servicios más utilizados por los hombres en una barbería es el corte de cabello (92.1%), perfilamiento de barba (45.5%) y limpieza facial (38.6%) según las estadísticas arrojados por las encuestas.

Figura 8.

Encuesta - ¿Qué servicios utiliza?

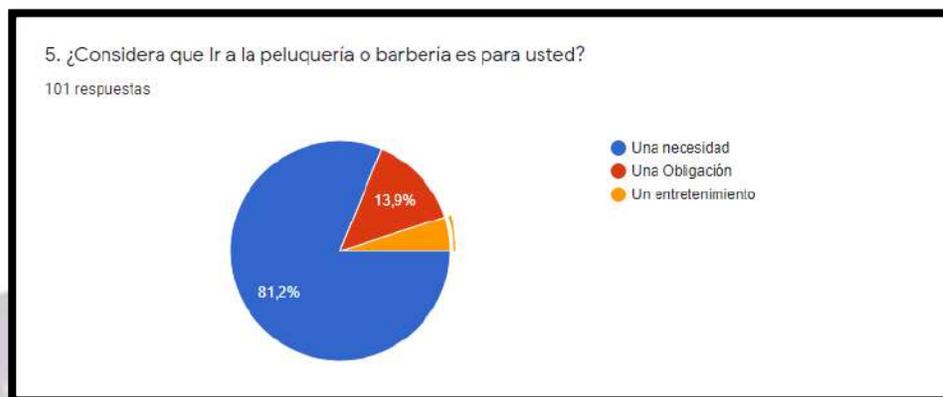


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Podemos notar que la mayoría del público encuestado, considera que ir a la barbería es una necesidad (81.2%), pero también encontramos un menor porcentaje que lo considera una obligación (13.9%) o un entretenimiento (5%).

Figura 9.

Encuesta - ¿Considera que Ir a la peluquería o barbería es para usted?

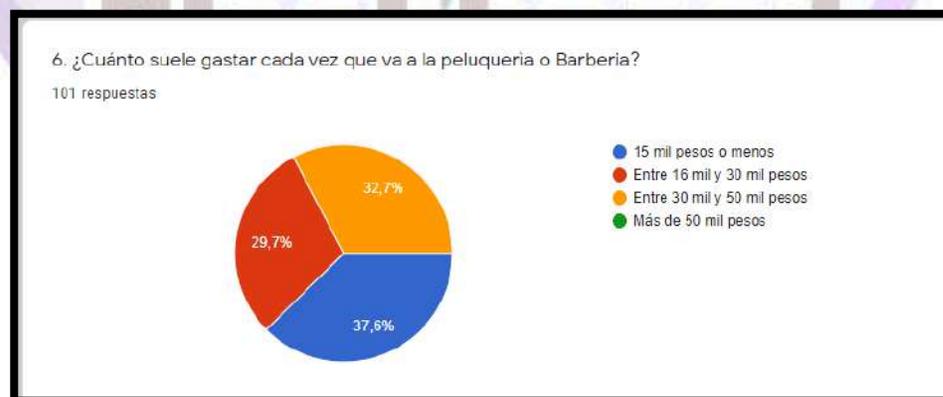


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Esta pregunta permite evaluar, cuál es el rango en el que se debe establecer los precios para los servicios ofrecidos por la Barber Truck, para ser competitivos y aceptados por el público.

Figura 10.

Encuesta - ¿Cuánto suele gastar cada vez que va a la peluquería o Barbería?



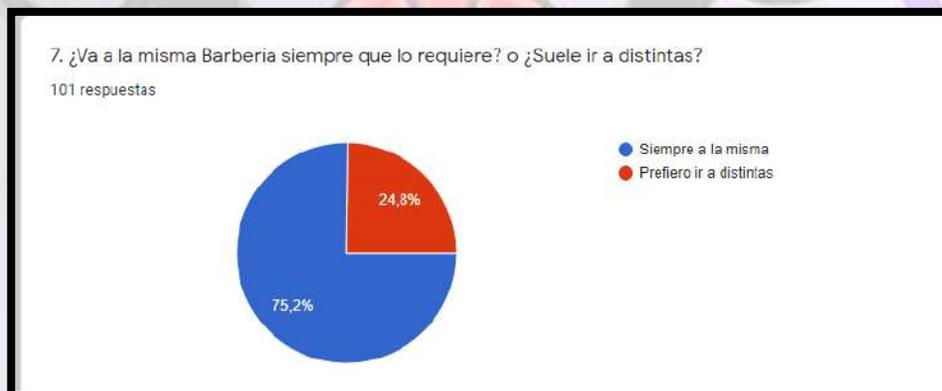
Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Con esta pregunta se pretende conocer qué tan cambiante pueden ser los clientes y cómo crear estrategias para fidelizar.

Si se cuenta con una excelente atención al cliente, buen manejo de estrategias de fidelización es posible enamorar al público, como lo se observa en la Gráfica el 75.2%, irían a la misma Barbería.

Figura 11.

Encuesta - ¿Va a la misma Barbería siempre que lo requiere? o ¿Suele ir a distintas?

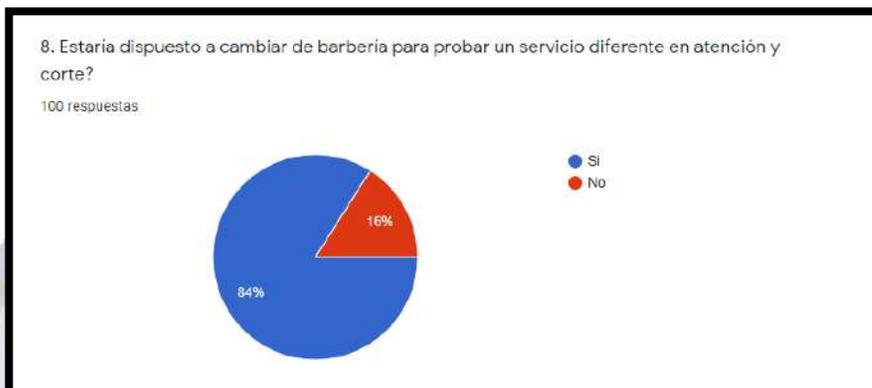


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Con esta respuesta es posible determinar que la marca Blackbeard Barber Truck puede darse a conocer cómo nueva marca y tener un gran nivel de aceptación. Ya que el público está abierto a conocer nuevos lugares.

Figura 12.

Encuesta - ¿Estaría dispuesto a cambiar de barbería para probar un servicio diferente en atención y corte?

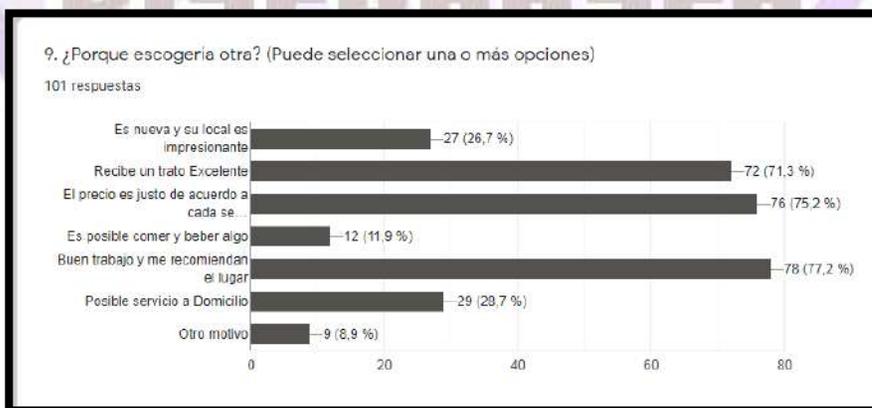


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Blackbeard Barber Truck pretende destacarse por su atención personalizada y excelente servicio al cliente. Cómo podemos observar en las respuestas de la encuesta las personas prefieren un lugar que les brinda un excelente servicio, excelente atención al cliente y todo a un precio justo.

Figura 13.

Encuesta - ¿Porque escogería otra Barbería?

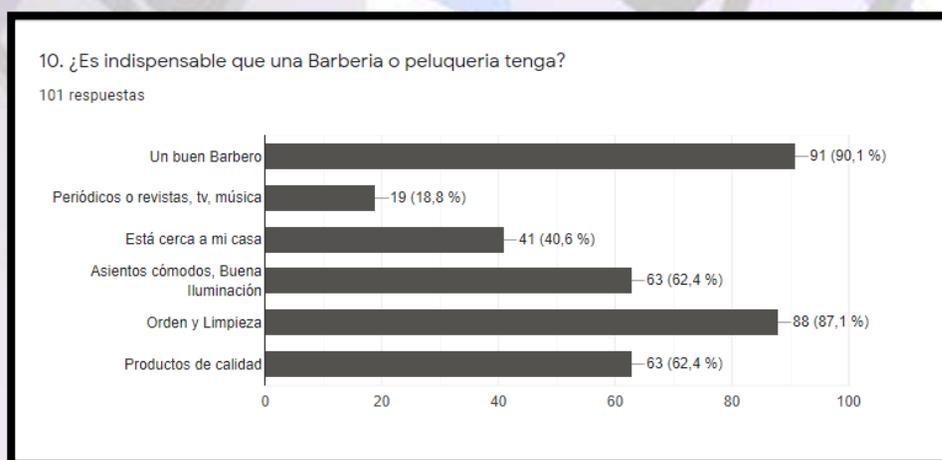


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Es necesario saber porque los clientes prefieren algunos lugares, en este caso las barberías, si se tiene en cuenta las estadísticas arrojadas por la encuesta el 90% de los encuestados prefieren que el lugar tenga un buen barbero, también orden y limpieza, contando con productos de calidad y cómodas instalaciones.

Figura 14.

Encuesta - ¿Es indispensable que una Barbería o peluquería tenga?

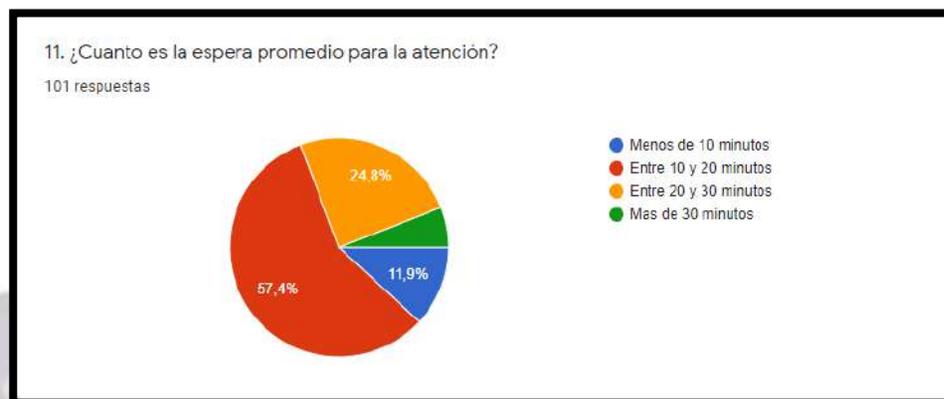


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Blackbeard Barber Truck sabe que el tiempo de las personas es valioso, por lo que la idea que se quiere implementar es mediante asignación de citas, ya que así el cliente puede determinar en qué tiempo tiene disponibilidad, verificar la aplicación, agendar su cita y ser atendido. Se pretende destacar por su puntualidad. Las opiniones en esta encuesta reflejan que la mayoría de personas prefieren ser atendidos con un tiempo entre los 10 minutos y 20 minutos.

Figura 15.

Encuesta - ¿Cuánto es la espera promedio para la atención?

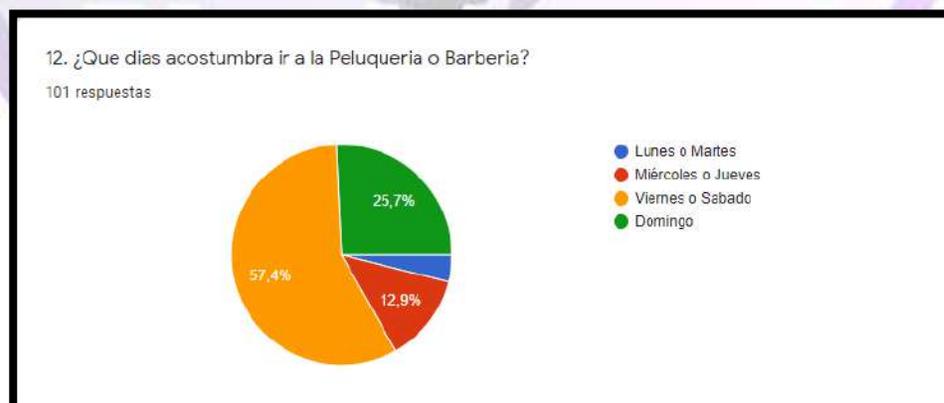


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Con estas dos preguntas se pretende organizar los horarios laborales y asignar el día con menos afluencia para descanso de los empleados.

Figura 16.

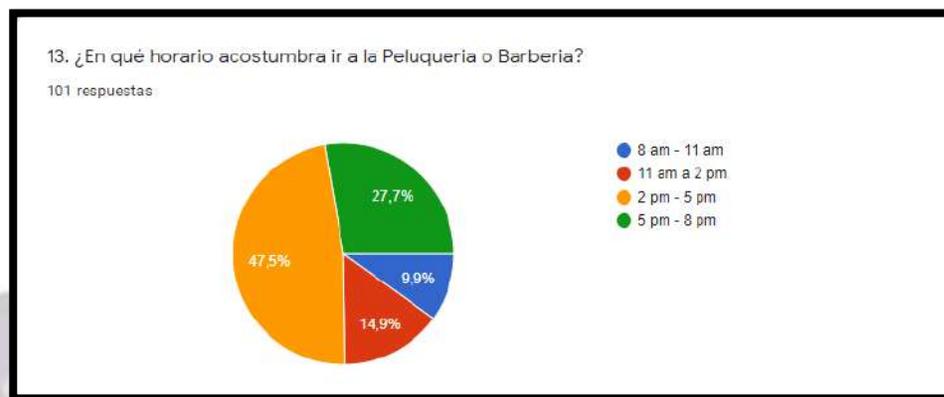
Encuesta - ¿Qué días acostumbra ir a la Peluquería o Barbería?



Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Figura 17.

Encuesta - ¿En qué horario acostumbra ir a la Peluquería o Barbería?

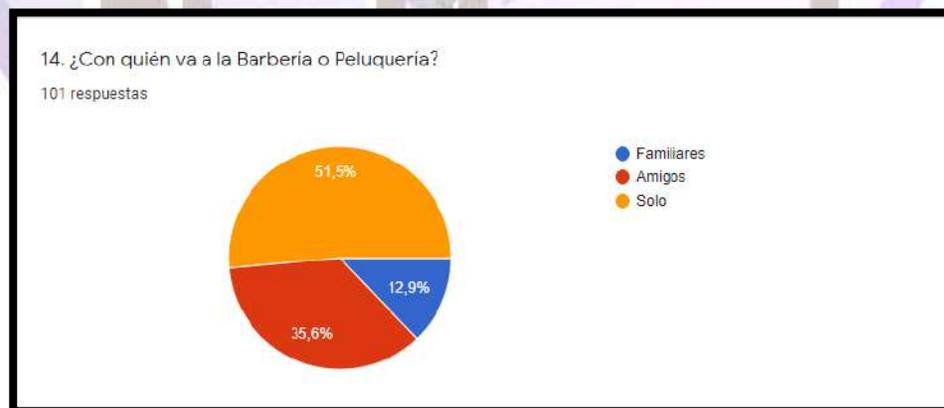


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Es posible conocer las preferencias y de qué manera se pueden implementar estrategias que permitan la fidelización de los clientes que visitan la Barbería.

Figura 18.

Encuesta - ¿Con quién va a la Barbería o Peluquería?

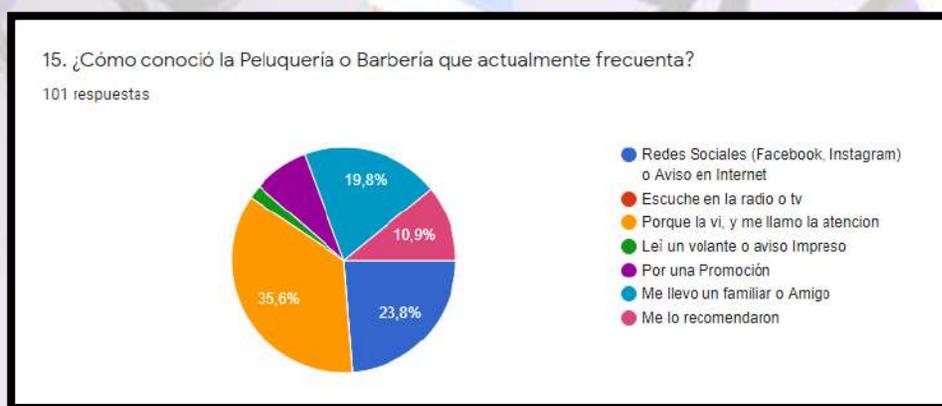


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Esta pregunta se realizó con la finalidad de entender como el público capta la información de la publicidad en el mercado, ayudando con la creación de la mejor estrategia para realizar marketing ya sea digital o tradicional, permitiendo el alcance hacia los posibles clientes potenciales.

Figura 19.

Encuesta - ¿Cómo conoció la Peluquería o Barbería que actualmente frecuenta?

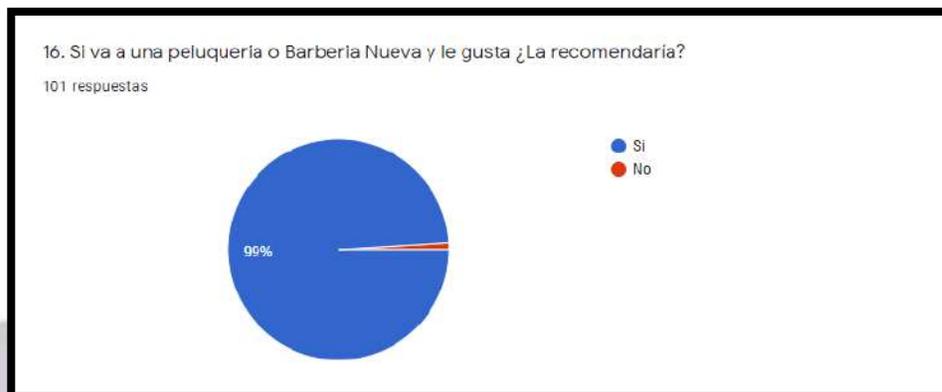


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

La mejor publicidad es la que brindan los propios clientes, lo que se llama Voz a Voz, es por esto que se pretende enfatizar la excelente atención y asegurar la satisfacción del cliente para así tener la aprobación y recomendaciones del mismo.

Figura 20.

Encuesta - Si va a una peluquería o Barbería Nueva y le gusta ¿La recomendaría?

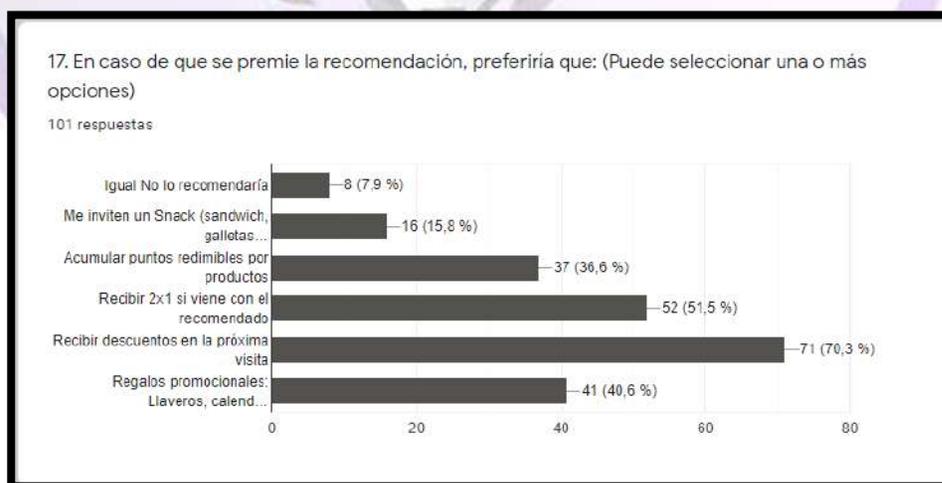


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Conocer el cliente permite encontrar la mejor opción de fidelización ya sea mediante descuentos, acumulación de puntos o regalos promocionales. Como podemos ver en la gráfica, lo que predomina es que los clientes reciban un descuento en su próxima visita (70.3%).

Figura 21.

Encuesta - En caso de que se premie la recomendación, preferiría que:

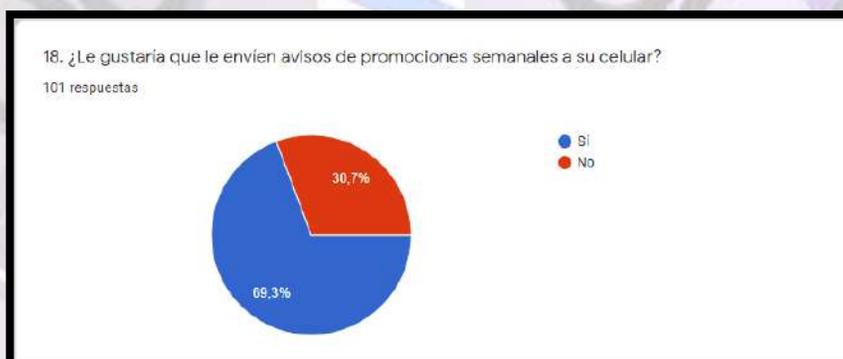


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Estas preguntas de publicidad nos brindan información sobre la mejor manera que se pueden captar los clientes. Por ejemplo, un gran porcentaje (69.3%), tienen preferencia por el envío de avisos promocionales a su teléfono celular, ya sea mediante mensajería de texto o WhatsApp, también es posible resaltar que las redes sociales se han convertido en una excelente herramienta de publicidad.

Figura 22.

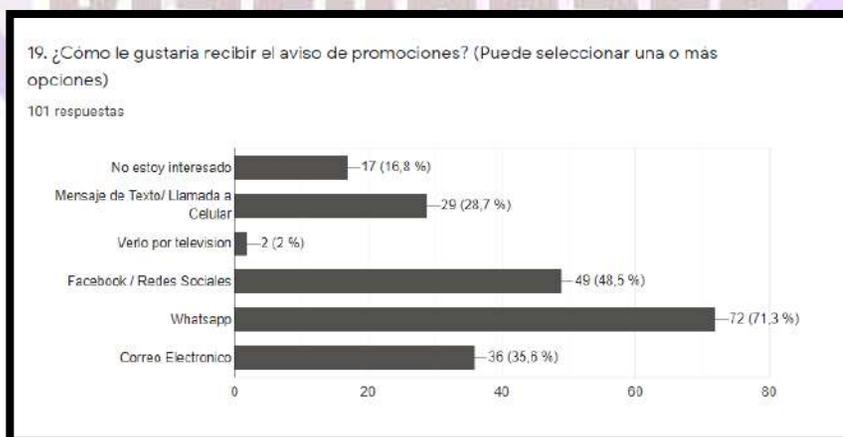
Encuesta - ¿Le gustaría que le envíen avisos de promociones semanales a su celular?



Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Figura 23.

Encuesta - ¿Cómo le gustaría recibir el aviso de promociones?

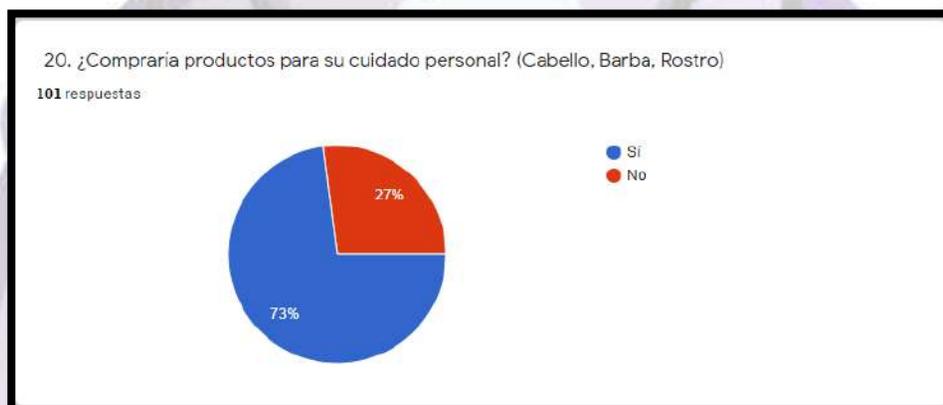


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Con estas preguntas lo que se busca es conocer los intereses de los clientes y saber si además de adquirir los servicios también podrían interesarles algunos de los productos para el cuidado personal.

Figura 24.

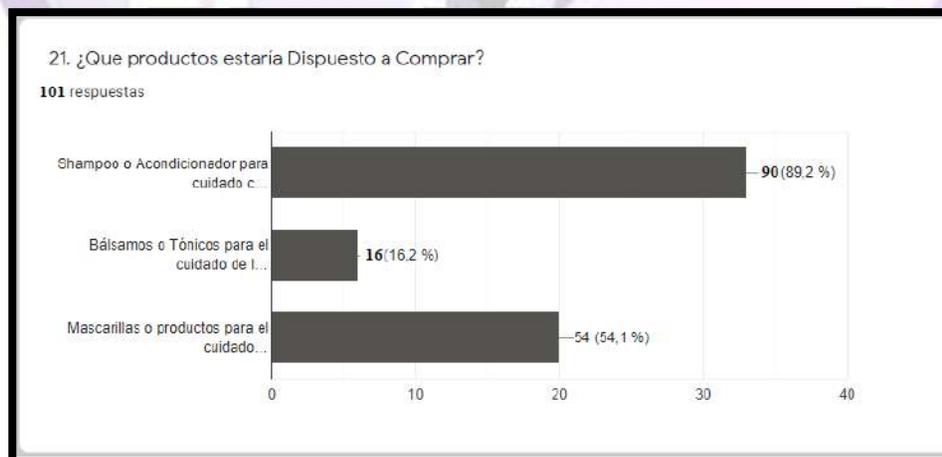
Encuesta - ¿Compraría productos para su cuidado personal? (Cabello, Barba, Rostro)



Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Figura 25.

Encuesta - ¿Qué productos estaría dispuesto a comprar?

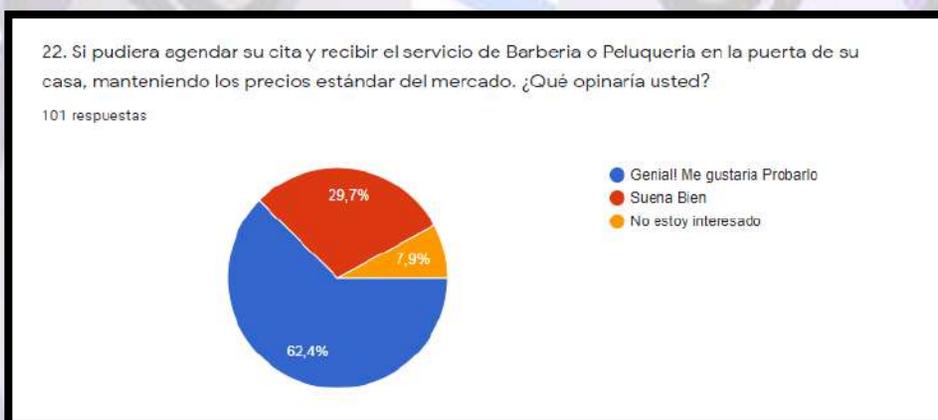


Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Esta última pregunta define el nivel de aceptación que podría tener la empresa Blackbeard Barber Truck, frente al público objetivo.

Figura 26.

Encuesta - Si pudiera agendar su cita y recibir el servicio de Barberia o Peluqueria en la puerta de su casa, manteniendo los precios estándar del mercado. ¿Qué opinaría usted?



Fuente. Elaboración Propia con Google Forms

Blackbeard
ESTILO, EL PODER DE TU LOOK!

2.2. Propuesta de Valor

Blackbeard Barber Truck es una empresa que ofrece servicios de Barbería móvil, es un espacio exclusivo para hombres que buscan cuidar de su imagen, Blackbeard se preocupa por cada una de las necesidades y personalidades de sus clientes, encontrando el estilo e imagen adecuada a cada caso, contando con los mejores productos eco amigables para el cuidado de su cabello y su piel. Blackbeard fundamenta su propuesta de valor en los siguientes puntos de estrategia empresarial y marketing:

- El servicio: Trato personalizado y confianza con el cliente.
- Uso de productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.
- Servicio a domicilio – Compromiso y responsabilidad.

Figura 27.

Propuesta de Valor



Fuente. Elaboración Propia

2.3. Arquitectura del Servicio

2.3.1. Misión

Somos una empresa que se dedica a mejorar la apariencia física de nuestros clientes, nos preocupamos por entregar lo mejor de las nuevas tendencias de moda, contamos con personal profesional, excelentes instalaciones y buen servicio al cliente. Somos un espacio exclusivo para hombres que disfrutan de los espacios masculinos, brindando una gama de opciones, para cada uno de ellos.

2.3.2. Visión

Ser la cadena de Barberías estilo Truck número uno, en la ciudad de Bogotá, brindando un excelente servicio con los más altos estándares de calidad, ajustándonos a los cambios en la moda y demandas del día a día de nuestros clientes. Estamos comprometidos para brindar comodidad dentro de nuestras instalaciones logrando su máxima satisfacción.

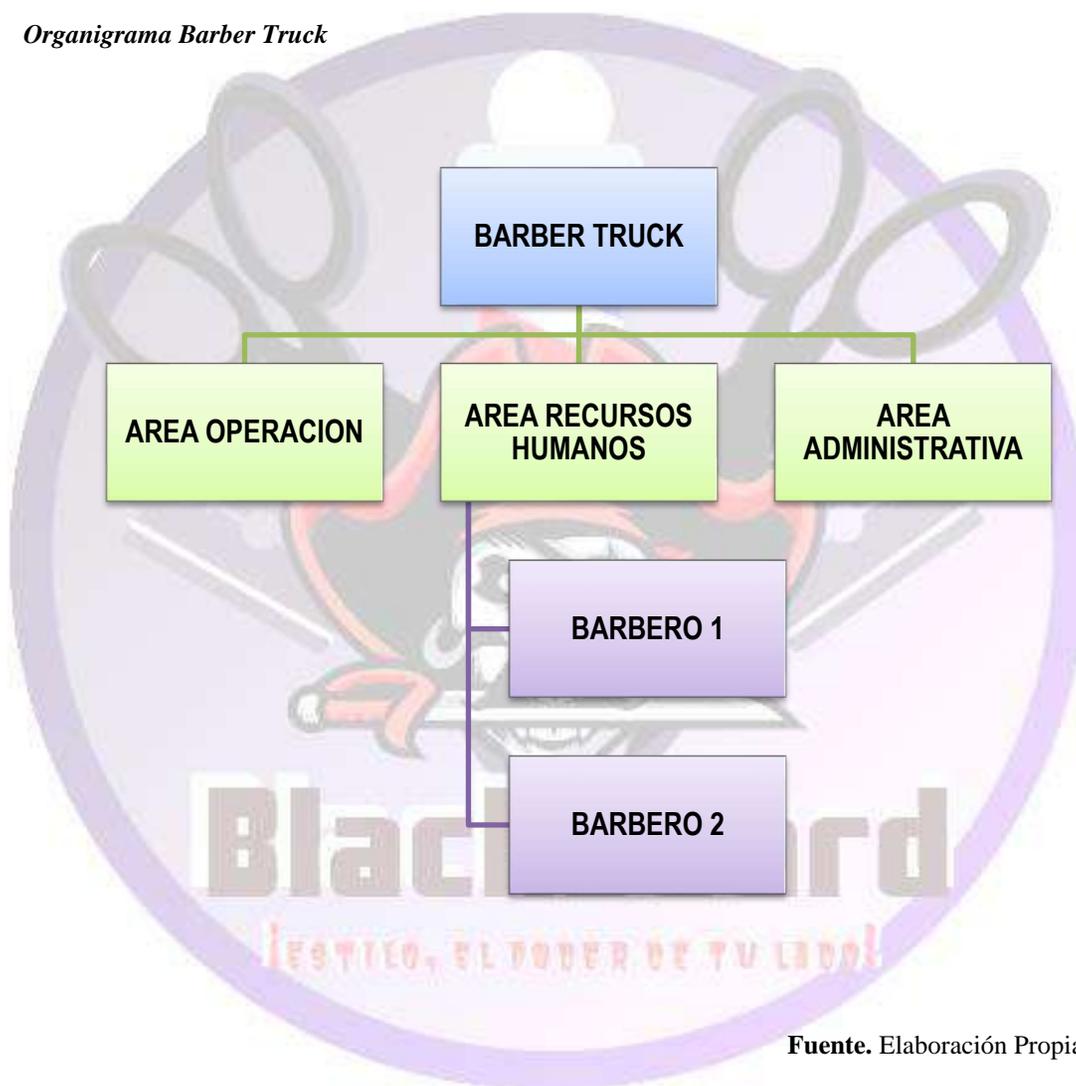
2.3.3. Objetivos

- Ser una marca reconocida por la excelencia en sus servicios y atención al cliente.
- Aumentar el número de Camiones en diferentes puntos de la ciudad a largo plazo.
- Imponer una tendencia que permita disminuir el impacto medioambiental.

2.3.4. Organigrama de la Empresa

Tabla 1.

Organigrama Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia

2.3.5. *Equipo de Trabajo Black Beard Barber Truck*

Estará conformado por tres socios, que cumplen la función de directivos generales de la empresa, los cuales son los responsables de las operaciones generales, administrativas y su rentabilidad, garantizando la eficiencia, productividad y desempeño en general, asegurándose de su buen funcionamiento.

Creación de lineamientos de control, análisis financiero, supervisar cumplimiento de políticas, crear sinergia con las demás áreas operativas para lograr el objetivo.²

Área de Operaciones:

Lo conformará uno de los socios, estará encargado de:

- Mantenimiento del vehículo
- Mantenimiento de equipos
- Movilización del vehículo
- Limpieza del vehículo

² Concepto tomado de Internet

Área de Recursos Humanos

Lo conformará uno de los socios, estará encargado de:

- Atención al cliente
- Manejo de caja
- Agendar citas.
- Recursos humanos (contratación de personal, capacitaciones)
- Atención de llamadas, email y PQRS

Área administrativa

Lo conformará uno de los socios, estará encargado de:

- Marketing y publicidad
- Compra y abastecimiento
- Finanzas
- Asesoría y Venta de productos.

Barbero 1.

Sera un hombre con conocimientos en Barberia, para proporcionar servicios de barbering, como cortar, champú, y moldear el cabello, recortar la barba, o dar afeitados.

También estará especializado en aromaterapia, masajes y técnicas faciales.

Barbero 2.

Sera una mujer, con conocimientos de peluquería, barbería, manicura, pedicura. También cumplirá la función de asesorar a la clientela sobre los servicios y/o posibles cambios en su imagen personal.

2.3.6. Infraestructura

Vehículo tipo furgón, marca Hino Dutro Híbrido 5.5, debidamente adecuado para prestar el servicio de Barbería.

Figura 28.

Vehículo Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia en Sketchup

2.4. Costos

A continuación, se especifican los gastos estimados por mes:

Tabla 2.

Costos Blackbeard Barber Truck

COSTOS MENSUALES				
	Cantidad	Valor Unitario		Valor Total
Salario Barberos	2	\$ 877.802	\$	1.755.604
Salario Administración	3	\$ 1.100.000	\$	3.300.000
Prestaciones Sociales Barberos	2	\$ 623.239	\$	1.246.479
Prestaciones Sociales Administración	3	\$ 781.000	\$	2.343.000
Compras de Insumos Servicio	2	\$ 2.168.230	\$	4.336.460
Compra de Productos para venta	1	\$ 3.670.800	\$	3.670.800
Amortización de Préstamo	1	\$ 1.557.666	\$	1.557.666
Publicidad y Otros	1	\$ 473.101	\$	473.101
Mantenimiento del Vehículo	1	\$ 1.528.382	\$	1.528.382
Gastos Administrativos + Arriendo Oficina	1	\$ 1.560.000	\$	1.560.000
Total			\$	21.771.491

Fuente. Elaboración Propia Excel

A continuación, se detallan los costos de inversión total para el proyecto:

Tabla 2.

Costos de Inversión Blackbeard Barber Truck

Cantidad		TOTAL INVERSION		
		Valor Unitario		Valor Total
1	MATERIALES DE PLANTA	\$ 1.986.950	\$	1.986.950
1	MOBILIARIO BARBERIA	\$ 12.217.100	\$	12.217.100
1	OFICINA ADMINISTRATIVA	\$ 18.150.200	\$	18.150.200
1	FURGON Y PROYECTO	\$ 70.000.000	\$	70.000.000
2	MATERIALES INSUMOS X BARBERO	\$ 4.811.950	\$	9.623.900
1	COMPRA DE PRODUCTOS PARA VENTA	\$ 3.670.800	\$	3.670.800
1	GASTOS ADMINISTRATIVOS DE CONSTITUCION	\$ 1.164.784	\$	1.164.784
TOTAL DE INVERSIÓN			\$	116.813.734

Fuente. Elaboración Propia

2.5. Mecanismos de Entrega

Figura 29.

Mecanismos de entrega de propuesta de valor



Fuente. Elaboración Propia

➤ **App Móvil**

Black Beard Barber Truck, tendrá un App, la cual será posible descargar a través de la App Store desde cada dispositivo móvil. Con esta app, será posible acceder a promociones y también podrán agendar citas.

➤ **Redes sociales**

Black Beard Barber Truck, contara con diferentes redes sociales, Facebook e Instagram, con el fin de tener un fan page, con el cual se pueda adquirir posibles clientes. Tik tok, para compartir información acerca de cuidados y productos.

➤ **Radio**

Se brindarán promociones y descuentos, con la finalidad de que el cliente nos conozca.

➤ **SEM – SEO**

Este enfocado a los gustos y búsquedas de cada posible cliente potencial. Brindando visibilidad en los motores de búsqueda.

➤ **Página Web**

Este va de la mano, con la publicidad SEM – SEO, ya que la finalidad es tener nuestro propio sitio en la red.

➤ **Relaciones personales**

Se enfoca en amistades, familiares del equipo de trabajo Black Beard Barber.

➤ **Experiencia en tienda**

Clientes que nos pueden ver en la calle, centros comerciales o eventos.

2.6. Ganancias Esperadas

Blackbeard determina las ganancias esperadas por mes, tomando los datos de la encuesta realizada, con la finalidad de obtener un estimado con cifras de los posibles clientes que van a adquirir los servicios y productos ofrecidos.

Inicialmente en la tabla 3. se puede observar la jornada laboral que se pretende establecer cuenta con 8 horas diarias, se trabajarán 26 días al mes con un descanso a la semana para el equipo de trabajo Blackbeard. El número total de horas laborales al mes será de 208, con un tiempo estimado entre cada servicio de 1 hora aproximadamente.

Tabla 3.
Jornada Laboral Blackbeard

JORNADA LABORAL				Descripción
<i>Jornada Laboral Diaria</i>	<i>Días Laborados al mes</i>	<i>Número de horas trabajadas al mes</i>	<i>Tiempo estimado por cada servicio</i>	El servicio se demora entre 30 y 40 minutos, también se debe tener en cuenta tiempos de limpieza de los equipos y sitio de trabajo.
8 horas	26	208	1 hora	

Fuente. Elaboración Propia en Excel

A continuación, se observa la tabla 4. con las líneas de productos para venta al público teniendo en cuenta los resultados de las encuestas, en línea facial el público interesado es de 34%, en línea capilar el 56% y en línea cuidado de barba un 10%. Allí se puede detallar las ventas totales por mes y la ganancia neta para cada producto.

Tabla 4.

Ventas estimadas de productos cuidado personal

VENTAS ESTIMADAS DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO PERSONAL								
Porcentaje %	Cantidad / Mes	Productos	Costo Compra Unidad	Utilidad (30%)	Precio Venta Publico Unidad	Venta total por Mes	Ganancia Neta	
LINEA FACIAL	34%	71						
	24	Serum con Vitamina C	\$ 34.650	\$ 10.395	\$ 45.045	\$ 1.061.861	\$ 245.045	
	24	Mist Hidratante Facial	\$ 22.050	\$ 6.615	\$ 28.665	\$ 675.730	\$ 155.938	
	24	Mascarilla Facial con Carbón Activado	\$ 33.600	\$ 10.080	\$ 43.680	\$ 1.029.683	\$ 237.619	
		TOTAL				\$ 2.767.274	\$ 638.602	
CUIDADO CAPILAR	56%	116						
	39	Shampoo con Biotina y Keratina	\$ 11.550	\$ 3.465	\$ 15.015	\$ 582.982	\$ 134.534	
	39	Shampoo 100% Vegetal - ALOE VERA	\$ 38.000	\$ 11.400	\$ 49.400	\$ 1.918.037	\$ 442.624	
	39	Loción Capilar con Romero y Quina	\$ 17.450	\$ 5.235	\$ 22.685	\$ 880.783	\$ 203.258	
		TOTAL				\$ 3.381.803	\$ 780.416	
CUIDADO DE BARBA	10%	21						
	7	Aceite Barbershop X Prospectors	\$ 65.800	\$ 19.740	\$ 85.540	\$ 593.077	\$ 136.864	
	7	Minoxidil Kirkland 5%	\$ 42.900	\$ 12.870	\$ 55.770	\$ 386.672	\$ 89.232	
	7	Bálsamos Clubman Pinaud	\$ 39.900	\$ 11.970	\$ 51.870	\$ 359.632	\$ 82.992	
		TOTAL				\$ 1.339.381	\$ 309.088	
Cientes por Mes	100%	208						
						TOTAL DE VENTAS ESTIMADAS / MES	\$ 7.488.458	
						TOTAL GANANCIA NETA / MES	\$ 1.728.106	

Fuente. Elaboración Propia en Excel

En la siguiente tabla se observan las ventas estimadas por mes detallando los servicios que serán ofrecidos, el porcentaje de ventas se determinó con las encuestas que se realizaron, el valor unitario del servicio y el valor total por mes corresponde a la cantidad de servicios realizados por un solo barbero, en una jornada laboral de 8 horas, con un tiempo entre cada servicio de 1 hora aproximadamente, obteniendo como resultado 208 servicios por mes.

Teniendo en cuenta que en el equipo de trabajo hay dos barberos, el número total de servicios será de 416. Por lo tanto, el valor total de ventas por servicios realizados por los barberos será de **\$16`166.598** de pesos. Completando un valor mensual de ventas totales en productos y servicios de **\$23.655.056** de pesos.

Tabla 5.

Ventas estimadas de servicios

VENTAS ESTIMADAS POR MES					
Porcentajes Apoyados en la encuesta realizada					
Servicios / Mes	Porcentaje %	Cantidad / Mes	Valor Unitario Servicio	Valor Venta por Mes	
Servicio Corte de Cabello	40,43%	84	\$ 34.502	\$	2.901.748
Servicio Barba	25%	52	\$ 32.913	\$	1.696.581
Servicio Limpieza Facial	27%	55	\$ 50.652	\$	2.794.242
Servicio Manicura y Pedicura	8,26%	17	\$ 40.199	\$	690.728
Total por un Barbero	100%	208		\$	8.083.299
Total venta de servicios		416		\$	16.166.598

Fuente. Elaboración Propia

2.6.1. Proyección de ventas

A continuación, proyectaremos el estimado de venta por año con proyección a 5 años, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{Cantidad Final} = \text{Cantidad Inicial} (1 + \text{Inflación})^{\text{Numero de años.}} \quad (Q_f = Q_i (1+i)^n)$$

Tabla 6.

Proyección de Ventas

PROYECCION DE VENTAS POR AÑO		
VENTAS AÑO 2020	\$	283.860.669
IPC 3,80%		
PROYECCIÓN AÑO 2021		
Q 2021 = \$ 283.860.669 (1 + 0,038) ¹		
Q 2021 = \$ 283.860.669 (1.038) ¹		Cantidad Proyectada 2021 = \$294.647.374
Q 2021 = \$ 283.860.669 * 1.038		
PROYECCIÓN AÑO 2022		
Q2022 = \$294.647.374* (1 + 0,038) ²		
Q2022 = \$294.647.374* (1.038) ²		Cantidad Proyectada 2022 = \$317.466.045
Q2022 = \$294.647.374* 1.077444		
PROYECCIÓN AÑO 2023		
Q2023 = \$317.466.045* (1 + 0,038) ³		
Q2023 = \$317.466.045* (1.038) ³		Cantidad Proyectada 2023 = \$355.049.857
Q2023 = \$317.466.045* 1.118386872		
PROYECCIÓN AÑO 2024		
Q2024 = \$355.049.857* (1 + 0,038) ⁴		
Q2024 = \$355.049.857* (1.038) ⁴		Cantidad Proyectada 2024 = \$412.172.256
Q2024 = \$355.049.857* 1.160885573136		
PROYECCIÓN AÑO 2025		
Q2025 = \$412.172.256* (1 + 0,038) ⁵		
Q2025 = \$412.172.256* (1.038) ⁵		Cantidad Proyectada 2025 = \$496.667.249
Q2025 = \$412.172.256* 1.204999224915168		

Fuente. Elaboración Propia



2.7. Recursos



2.7.1. Recursos Materiales

Infraestructura

El camión es un Duto Híbrido de la serie 300 con motor diésel y eléctrico que en conjunto le dan casi 200HP.

Figura 30.

Camión Hino Duto Híbrido



Fuente. Tomado de Hino Colombia

De acuerdo con el Blog Ruta 401, los vehículos híbridos pueden reducir las emisiones al aire de contaminantes que forman smog hasta en un 90% y las emisiones de dióxido de carbono a la mitad.

Podemos resumir las ventajas del coche híbrido en:

- **Ahorro:** Al utilizar ambos motores permite obtener un consumo muy reducido, sobre todo en trayectos por ciudad.
- **Menos emisiones de CO2:** Al consumir menor cantidad de combustible fósil, los vehículos híbridos emiten menos CO2 a la atmósfera.
- **Menor contaminación acústica:** Este tipo de vehículos reducen la contaminación acústica, aunque a partir de 2019 deberán incorporar un sistema de sonido artificial para evitar accidentes.
- **Mayor autonomía** que los coches eléctricos simples y recarga mucho más rápida.
- **Es más suave y fácil de usar.** Su motor es más eficiente y elástico que el convencional, así como de respuesta más rápida. (Ruta 401, 2020)

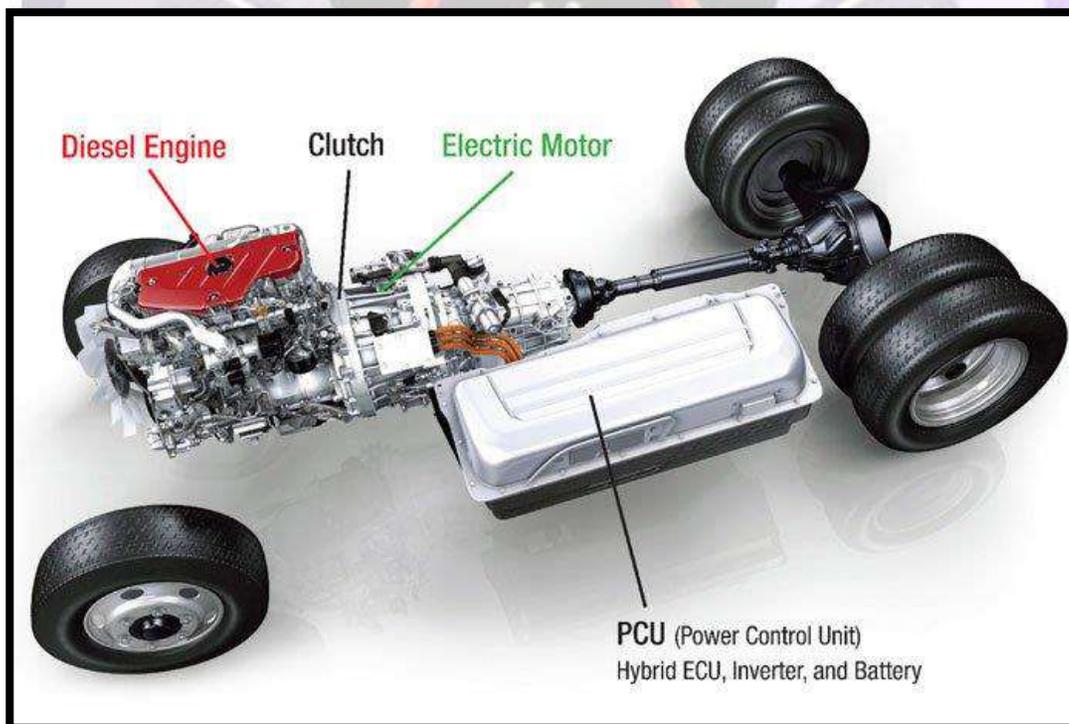
Según informó la marca con base en pruebas realizadas en tres sectores de Bogotá, este vehículo utilitario puede ahorrar entre 28% y 39% sus emisiones de CO2, logrando consumos en promedio de 26,8 km/galón, en condiciones reales de tráfico.

De esta manera, la atmósfera deja de recibir cerca de 2.500 kilos de CO2 al año, al tiempo que se reducen los costos de uso y adquisición para el usuario. (Restrepo, 2019)

De acuerdo con la revista Movilidad Eléctrica y Sostenible, este es un vehículo híbrido no conectable, o sea que depende de la regeneración en frenadas o descensos y el movimiento del motor para cargar su batería que no es de litio sino de NiMH (Níquel-metal hidruro), algo típico de japoneses como el Toyota Prius y el Corolla híbrido. Ese sistema eléctrico de 288 voltios del Hino 300 híbrido asiste el motor diésel en casos muy específicos cuando la demanda de potencia es mayor. (Vallejo, 2019)

Figura 31.

Funcionamiento Camión Duro Híbrido



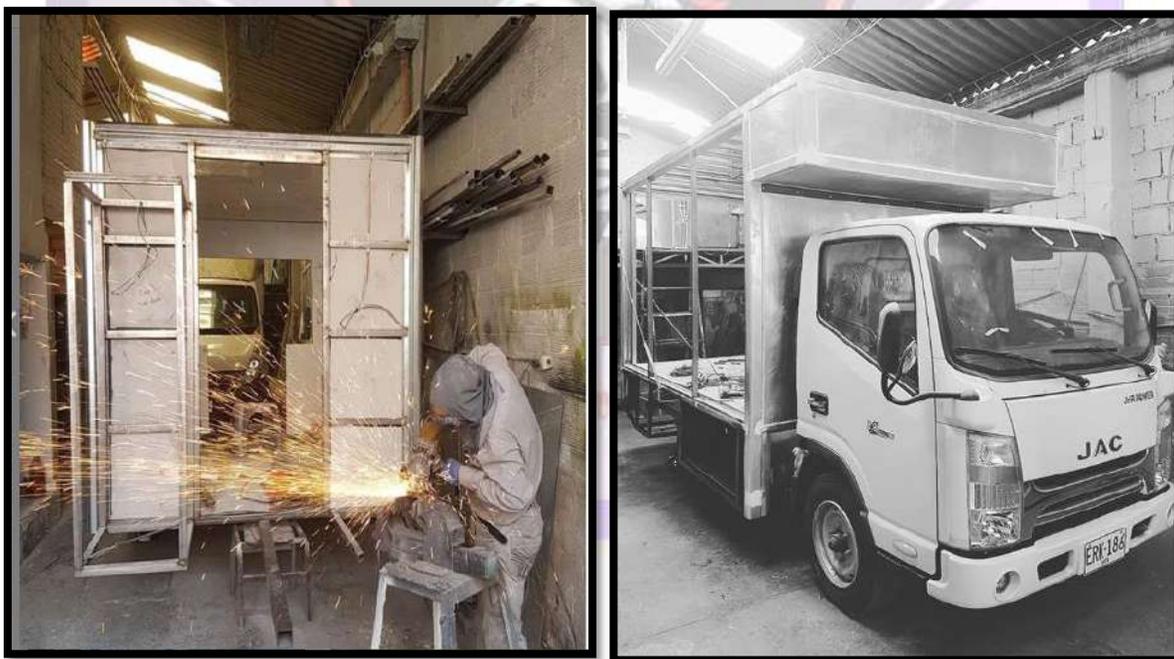
Fuente. Tomado de Revista Movilidad Eléctrica y Sostenible

Después de tener el camión es necesario adecuarlo con el estilo deseado para la Barber truck. Se tomo una imagen de referencia de la empresa *Colombian Food Trucks*, es una empresa especializada en el diseño, adaptación, equipamiento y operación de Food Trucks y Food Trailers en Bogotá.

Ellos son los encargados de diseñar y fabricar cada proyecto a la medida de los requerimientos de la cliente, personalizan los materiales, acabados, estilos de diseño, ajustándolos a las necesidades de la marca.

Figura 32.

Proyectos adecuación para Barberia Colombian Food Trucks



Fuente. Tomado de Instagram Colombian Food Trucks

Mobiliario para Barbería

Tabla 7.

Mobiliario de Barbería

MOBILIARIO DE BARBERIA
Sillas Barberia Equalizable
Tocador con poceta equalizable
Butaco de Manicura y Pedicura
Silla de Espera - Sofá de dos puestos
Recepción - Estructura en Madera
Butaco Recepción
Vitrina de Exhibición Productos

Fuente. Elaboración Propia

Figura 33.

Silla para Barbería



Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 34.

Tocador para Barbería

★★★★★
ROYAL

Tocador ref.
2019 barber



Descripción del producto

- Tocador con poceta ecualizable en porcelana incorporada al mueble.
- Estructura en madera enchapada en formica
- Vidrio en cristal
- Ricciolo para secador.
- Cajón para portamaquinas y guías
- Instalaciones eléctricas.
- Dos cajones y dos bodegas internas.
- Entrepaños, uno de ellos porta-tijeras.

Medidas: 2 metros de alto, ancho 150 cm, (con ricciolo 170), profundidad 40 cm

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 35.

Silla para sala de espera

★★★★★
ROYAL

Silla de espera
Ref. PT10-2P

Descripción del producto

- Sofá de dos puestos.
- Tapizado en sintético y espuma.
- Diseño cuadrado y lineal.
- Patas metálicas cromadas.

Medidas:
Peso:



Imagen de referencia puede variar de diseño y de disponibilidad.

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 36.

Mueble para Recepción

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 37.

Vitrina de Exhibición

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 38.

Butaco para Manicura y Pedicura

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Figura 39.

Silla Recepción

Fuente. Tomado de Fabrica Royal Bogotá

Equipos

A continuación, se detalla los equipos generales e indispensables para la barbería:

Tabla 8.

Equipos e Insumos

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	
Guías de Corte x 8 piezas	
Soporte De Maquinas De Barberia X 4	
Atomizador Aluminio Pro. X 300ml.	
Barbera Delux Pro	
Base Plástica para Brocha	
Mandil Pro para Barberia	
Estuche porta tijeras	
Set de Cepillos Térmicos X 4	
Bowl Plástico para mezclar Tintes	
Máquina para Afeitarse nt-cx pro 10000v	
Secador Profesional nt-t3 premium 3600	
Camisa Antifluído Manga Larga Barbero	
Plancha Cabello	
Plancha Cabello	
INSUMOS PARA SERVICIO	
Tijeras Star Pro	
Cuchillas x 20	
Set de Peines x 10 Piezas	
Talco Corporal Barberia 700gr	
Toallas para Secar	
Shampoo 380 ml	
Cera moldeadora	
Brocha de Afeitarse	
Capa en Fibra	
Rollo Protector de cuello x 100	
Tinte Semipermanente Biguen	
Kit Minoxidil	
Exfoliante Café Colombiano Cocoa	
Exfoliante Facial -Black Mask	
Paleta Aplicadora Mascarilla x 10	

Toallas para Secar

Cera depilatoria Elástica Perlas

Depilador De Hilo

Hilo para Depilar

Pañitos Húmedos

Aceites Esenciales Aromaterapia

Agua Floral Orgánica de Menta

Parches de hidrogel granada roja x 30

Serum Facial Día Rejuvenecedor

Removedor de Uñas

Removedor de Cutícula

Palos de Naranja x10

Lima Profesional Paquete x 10

Cepillo de uñas

Aceite Humectante

Aceite regenerador de cutícula

Crema para Pies con Aceite de Coco

Exfoliante para manos y pies MAE

Crema Humectante 100% Vegetal

Pusher

Bloque 3 usos

Corta Uñas

Toallas para Secar

Esmalte Brillo Secante

Raspa callos

Corta cutícula



Fuente. Elaboración propia en Excel

Productos

Tabla 9.

Productos para Barbería

PRODUCTOS
LINEA FACIAL
Serum con Vitamina C
Mascarilla Hidratante Facial - Barro
Exfoliante de Café Colombiano - Menta
Mascarilla Facial con Carbón Activado
CUIDADO CAPILAR
Shampoo con Biotina y Keratina
Shampoo 100% Vegetal - ALOE VERA
Loción Capilar con Romero y Quina
CUIDADO DE BARBA
Aceite Barbershop X Prospectors
Minoxidil Kirkland 5%
Bálsamos Clubman Pinaud

Catálogo de productos Anexo

Fuente. Elaboración propia en Excel



2.7.2. Recursos Tecnológicos

Los recursos tecnológicos en Blackbeard, cumplen la función de recopilación y administración de los datos y de la información. Operando de manera más eficiente.

Tangibles

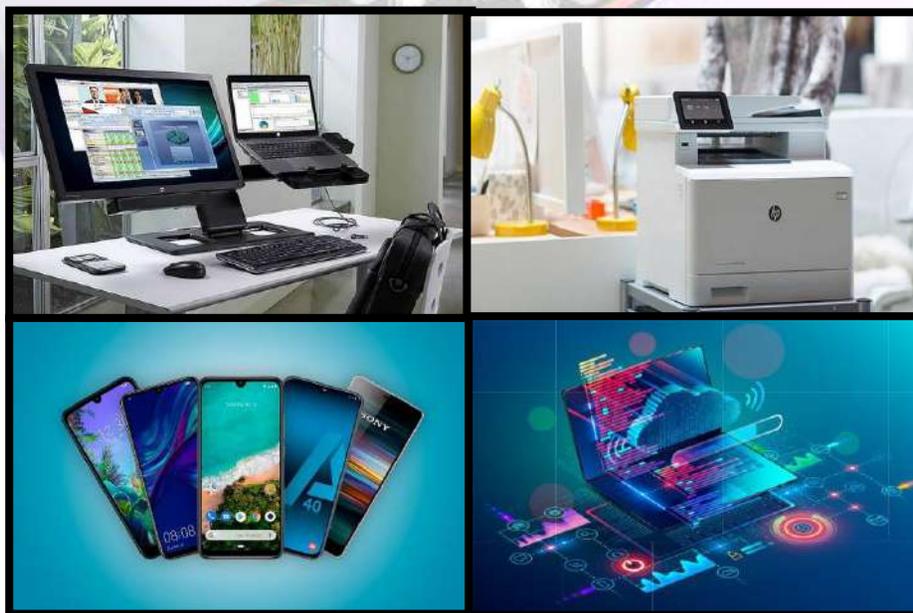
- Computadoras
- Impresoras.
- Teléfonos móviles

Intangibles

- Software, antivirus, sistemas de gestión, App Móvil.

Figura 39.

Recursos Tecnológicos



Fuente. Elaboración Propia

2.7.3. Recursos Financieros

Cada uno de los socios dispondrá de un capital el dinero en efectivo para realizar la inversión también se solicitará un crédito bancario empresarial con la finalidad de comprar el vehículo y hacerle sus respectivas adecuaciones.

Tabla 10.

Recursos Financieros Blackbeard.



Fuente. Elaboración Propia

Intangibles

2.7.4. Recursos Humanos

Tabla 11.

Equipo Blackbeard Barber Truck

	<p>JEFE ADMINISTRATIVA</p> <p>Planear, supervisar, coordinar, controlar y optimizar el desarrollo de todos los proyectos, programas y actividades relacionados con la administración de recursos humanos, financieros, contables, legales, los servicios administrativos, la tesorería.</p>
	<p>JEFE DE RECURSOS HUMANOS</p> <p>Liderazgo, Enfocado a resultados, Comprometido con la empresa y con los empleados, Objetivo y Ordenado.</p>
	<p>JEFE DE OPERACIONES</p> <p>Cualidades de liderazgo que le permitan guiar, asesorar, acompañar y motivar a los trabajadores en cada uno de los procesos internos para que, juntos, logren los objetivos planteados.</p>
	<p>BARBERO 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en barbering, corte de cabello. Especializado en aromaterapia, masajes y técnicas faciales.
	<p>BARBERO 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en peluquería, barbería, manicura, pedicura. Experiencia en atención al cliente y asesoría personalizada.

Fuente. Elaboración Propia

2.8. Fidelidad

El éxito de la fidelización se basa en la satisfacción del cliente, para lograr una excelente relación con los clientes es necesario centrarse en la mejora de las operaciones internas, por eso es ideal crear estrategias en el grupo de trabajo, ya que, para lograr esto es necesario el compromiso de todos los departamentos de la compañía.

Muchas personas alguna vez en su vida han tenido una mala experiencia con sus compras, por lo cual han decidido alejarse de algunas empresas ya sea por sentirse desatendidos o un mal servicio.

Por esta razón es adecuado crear estrategias que permitan guiar el equipo hacia el objetivo deseado, capacitándolo y preparándolo para solventar cualquier necesidad y brindar atención de forma correcta al cliente. A continuación, veremos la combinación perfecta para fidelizar:

Figura 40.

Requerimientos para Fidelización



Fuente. Elaboración Propia

A continuación, se mostrarán las técnicas a implementar para fidelización de clientes:

➤ **Programas de fidelización.**

- Regalos promocionales: Llaveros, calendarios, libretas, esferos, etc. con el logo de la empresa impreso.
- Acumulación de puntos, descuentos por compras periódicas y recompensas.
- Sorteos y promociones en redes sociales

➤ **Buscar la excelencia en el servicio al cliente.**

- Excelente servicio de atención al cliente y asesoría personalizada
- Experiencia post venta
- Responsabilidad social, fidelización con enfoque en el compromiso social – ambiental.

➤ **Estrategias Inbound Marketing**

- Creación de contenido de interés, personalizado para el público objetivo, de acuerdo a las fases de compra en la que está cada uno de los posibles clientes.
- Estrategia de email marketing y comunidad de clientes en las redes sociales.

➤ **Feedback equipo del trabajo.**

- Solicitud de informes regulares a cada uno de los empleados con la finalidad de conocer las tendencias de felicidad de los clientes y así contribuir a la mejora continua de la empresa para lograr la satisfacción del cliente.

2.9. Cadena

2.9.1. Alianzas Clave

Proveedores de Productos para cuidado personal:

Deseamos hacer parte del cambio para mejorar el medio ambiente, por lo cual contaremos con empresas que ofrecen productos naturales 100% biodegradables, para el cuidado capilar y facial. Brindando apoyo a las empresas colombianas.

A continuación, mencionare nuestras alianzas estratégicas.

Tabla 12.

Proveedores de Productos

- Producto de origen colombiano, 100% vegetal, muy eficaz en términos de limpieza e inocuidad y con resultados visibles en la salud de tu cabello. Así estamos orgullosos de poder decir que nuestros productos son: Libre de sal Libre de sulfatos Libre de parabenos Libre de siliconas Libre de perfumes artificiales Libre de colorantes.

EMZAC
Natural



- Marca auténtica y pionera de la cosmética sostenible de calidad en Colombia; una marca que combina muy selectiva y cuidadosamente los mejores y más exóticos ingredientes naturales para crear los mejores productos del mercado para el cuidado de la piel y el pelo.

Mae
Selva



- Buscamos exaltar la belleza natural de cada ser humano, tenemos al alcance **productos naturales** para el cuidado de la piel, usando solo ingredientes de alta calidad. Respetuosos con el medio ambiente, amamos y respetamos la vida de los animales, evitando la experimentación por completo.

Dermanat

DERMANAT

Fuente. Elaboración propia

Proveedores de Servicios:

Son necesarios para el correcto funcionamiento de Blackbeard Barber Truck. Como la compañía de telefonía e Internet y la compañía servicio de Agua Potable.

Figura 41.

Proveedores de servicios



Fuente. Elaboración Propia

Proveedores de Bebidas

- Aromática y Café
- Bebidas Gaseosas
- Bebidas Cerveza artesanales



Proveedor de Utensilios de Barbería y Peluquería

La Importadora y distribuidora Star S.A.S, será la encargada de brindarnos todas las herramientas necesarias para nuestra Barbería. (cuchillas, brochas, capas, peines, etc.).



2.9.2. Alianzas estratégicas

Nuestras futuras alianzas estratégicas serán marcas proveedoras, los centros comerciales y eventos.

Figura 42.

Alianzas estratégicas



Fuente. Elaboración Propia Imágenes Google

Figura 43.

Lienzo Modelo Canvas Black Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia

3. Modelo de venta por internet

3.1.¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Se utilizará una aplicación para móviles, con la cual el cliente puede agendar la cita y servicio deseado.

Página web, Landpage, Publicidad y Promoción en redes sociales.

También se realizará un modelo de negocio basados en la publicidad contextual adaptada al contenido de la página, como ocurre con los anuncios de Google AdSense o Facebook Ads, que están presentes en multitud de sitios web de todo tipo conformando su red de contenido.³

3.2.¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

3.2.1. *App Black Barber Truck*

Con el uso de nuestra aplicación, buscamos darnos a conocer con promociones y brindando descuentos en pagos online.



³ Tomado de Infoautónomos

3.2.2. *Página Web*

Ofreceremos un espacio virtual con información, y demás contenido de interés para nuestros clientes.

3.2.3. *Redes Sociales*

Se ofrecerán diferentes campañas promocionales a través de redes sociales y canales de comunicación.

- Pagina Facebook
- Perfil Instagram
- Tik Tok
- WhatsApp

3.2.4. *Google Ads y Facebook Ads.*

Google Ads

Anuncios de texto redireccionando a tu sitio web, un hostsite, una página de redes sociales. Funciona así: creas un anuncio y este te da un enlace en la palabra clave escogida.⁴



Facebook Ads

Crear anuncios con texto y foto, que pueden re direccionar a la Fanpage de la empresa o website externo.

⁴ Concepto tomado de Internet

3.3.¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

- **Satisfacer las expectativas:** Si el cliente está satisfecho hará publicidad de los servicios que recibió, pero si no está, entonces puede criticar la empresa y sus servicios en las redes sociales o voz a voz. Dando una imagen negativa a posibles clientes a futuro.
- **Facilidades para adquirir el servicio:** Servicio en la comodidad de su hogar, agendamiento de las citas a través de la App - Black Barber Truck. (promociones)
- **Credibilidad, seguridad y posventa:** Transmitir seguridad y credibilidad, servicio de posventa de calidad si lo necesita

3.3.1. Medios de Pago

Se ofrecerán múltiples opciones de pago, a través de la app y dentro de nuestras instalaciones.

- Con nuestra app, podrá realizar el pago de cualquiera de los procedimientos, a través de Pagos ACH PSE.
- Dentro de nuestras instalaciones tendremos pago en efectivo y pago con datafono (tarjetas débito y crédito).
- También contaremos con otros medios de pago como transferencias bancarias a través de aplicaciones como MOVII, NEQUI Y DAVIPLATA.



4. Innovación sostenible

4.1. Ecodiseño Blackbeard

Blackbeard implementará medidas preventivas, para disminuir el impacto medioambiental, durante el ciclo de vida del servicio. Esto será posible mediante la utilización de productos alternativos de origen natural, separación de residuos, disminución de Co2 y energía eléctrica mediante el uso de un vehículo híbrido. A continuación, destacaremos las características principales del ecodiseño de Black Barber Truck y nuestro factor de innovación:

4.2. Uso eficiente del agua

En la oficina de la empresa, estará ubicado el parqueadero del vehículo y será donde al finalizar el día el Furgón será lavado y adecuado para el siguiente día.

En la oficina estarán instalados aireadores-perlizadores (filtros ahorradores de agua) en todos los grifos. Estos dispositivos incorporan aire al chorro de agua y reducen el consumo hasta el 40% de la inicial.⁵

Allí se cargarán los tanques de reserva del vehículo, ya que estos serán utilizados para los procedimientos de cada servicio (Lavado de cabello, lavado de manos, etc.).

⁵ Concepto Tomado de Ayuntamiento Ciudad Real

4.3.Reducción en el consumo de energía.

Contribuiremos a la reducción en los consumos energéticos, mediante la utilización de un vehículo híbrido auto recargable. El funcionamiento de este vehículo estará compuesto por un motor de gasolina, un motor eléctrico y una batería híbrida.

4.3.1. *¿Como ahorra energía?*

Dentro de nuestras instalaciones es necesario tener una fuente de energía, que nos permitirá un correcto funcionamiento con nuestras maquinas e implementos de Barberia y Peluquería.

Nos preguntamos ¿Como se obtiene esta energía? Al ser un vehículo híbrido auto recargable, la batería se recarga por sí sola, es decir, a través de los sistemas de regeneración de energía disponibles en un coche híbrido. Y estas son:

- **Frenada regenerativa:** esta tecnología aprovecha la energía generada mediante la frenada para convertirla en electricidad que se almacena en la batería.
- **Inercias:** el motor es bidireccional, es decir, puede emplear la energía eléctrica para mover las ruedas o recuperarla cuando levantamos el pie del acelerador, convirtiendo la energía cinética en electricidad.

Black Barber truck tiene una gran ventaja debido a que el consumo de energía es totalmente reducido, ya que nuestra principal fuente de poder es la electricidad creada por el vehículo, lo cual nos permite el correcto funcionamiento en la movilidad y en el uso de los implementos de Barbería y peluquería.

4.4.Materias Primas

BlackBeard Truck, selecciona sus materias primas minuciosamente, con el fin de brindar lo mejor a sus clientes, pero al mismo tiempo contribuyendo al cuidado del medio ambiente, mediante la minimización en el uso de químicos.

Apoya a pequeñas empresas colombianas, dedicadas a la creación de productos hechos con ingredientes de origen natural 100% vegetal.

Una es EMZAC, que en lengua muisca significa «juntos». Con este nombre desean expresar la voluntad de ofrecer productos de alta calidad, a la vez respetuosos con el cuerpo y con el medio ambiente. Desarrollaron una línea de cuidado personal con ingredientes de origen 100% naturales, libre de sal, libre de sulfatos libre de parabenos libre de siliconas libre de perfumes artificiales, libre de colorantes y con empaques Biodegradables.

MAE Selva, tiene unas características bastante especiales en cuanto al cuidado medioambiental, ya que además de que sus productos sean 100% naturales, también donan parte de sus ingresos a la conservación de la selva amazónica colombiana e implementan campañas de reciclaje de plástico.

Dermanat, utiliza materias primas de origen natural y fabricando productos libres de parabenos, derivados del petróleo y colorantes, están comprometidos con la salud de tu piel.

BlackBeard Barber Truck, al adquirir sus materias primas, con estas empresas colombianas, no solo les brinda apoyo para su crecimiento, sino que contribuye a disminuir el impacto ambiental, reduciendo el uso de productos químicos.

4.5.Emisiones

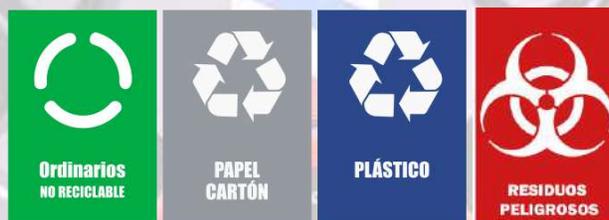
BlackBeard Barber Truck, disminuye su huella de carbono mediante:

- Utilización de productos 100% naturales, libres de químicos.
- Uso de Vehículo Híbrido Auto recargable, contribuye a Reducción de las emisiones de partículas contaminantes.
- Facturación electrónica
- Campañas de reciclaje.

4.6. Residuos

BlackBeard Barber Truck, dentro de sus instalaciones se realiza:

- Separación de basuras.
- Reciclaje de Vasos de Cartón y envases de productos.
- Recolección de residuos peligrosos



4.7. Marketing

Campañas que favorecen el medio ambiente

- Crear conciencia con el uso de Productos naturales, libres de químicos, reduciendo el daño al medio ambiente.
- Disminución en la huella de carbono mediante el uso de vehículo híbrido.
- Campañas siembra un árbol.

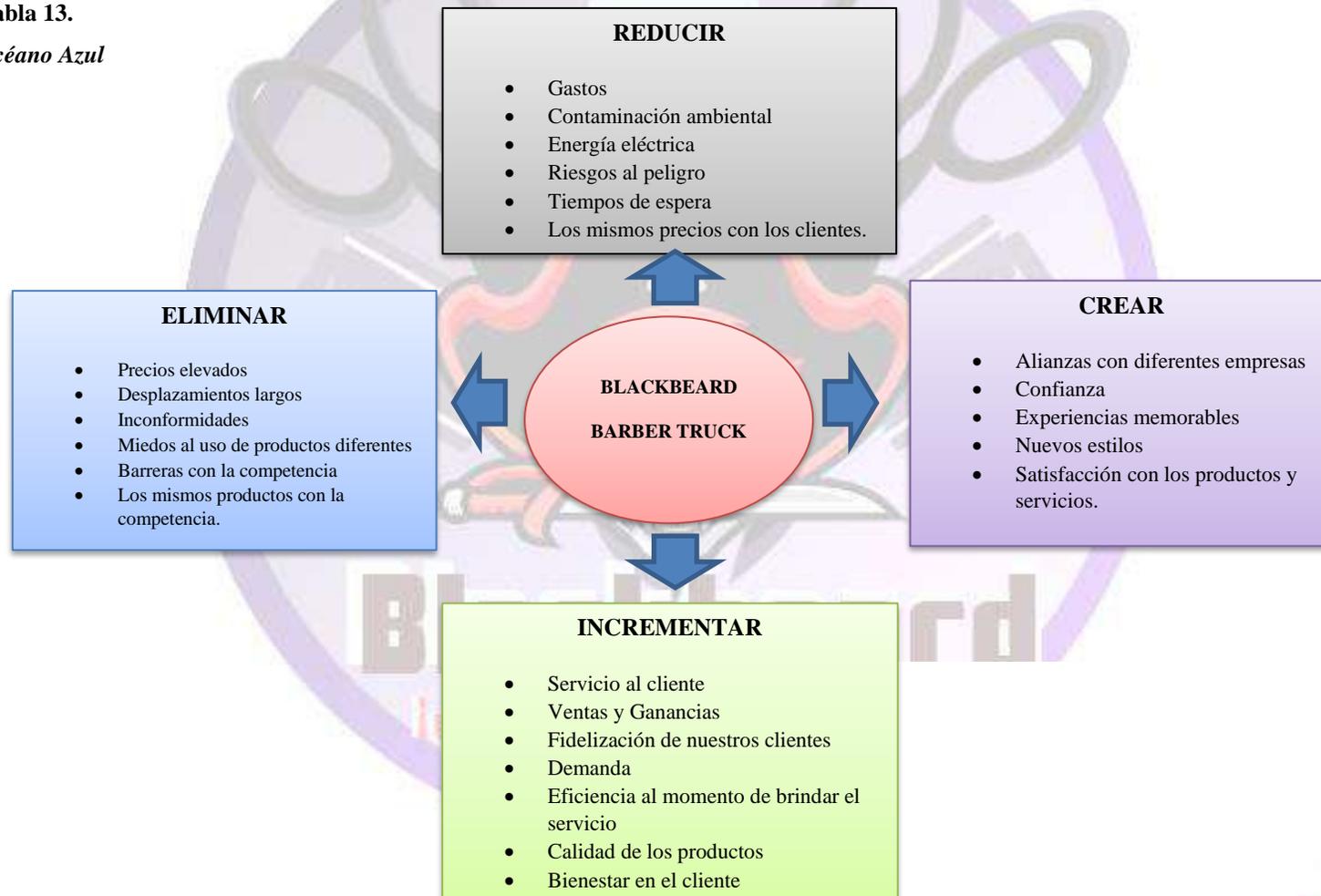
4.7.1. Uso de materiales para campañas de marketing

- Mediante marketing verde, Contenido audiovisual, reduciendo la utilización de papel y materiales.

5. Análisis del Sector

5.1. Estrategia del Océano Azul

Tabla 13.
Océano Azul



Fuente. Elaboración Propia

5.2. Cuadro de Competidores

Tabla 14.

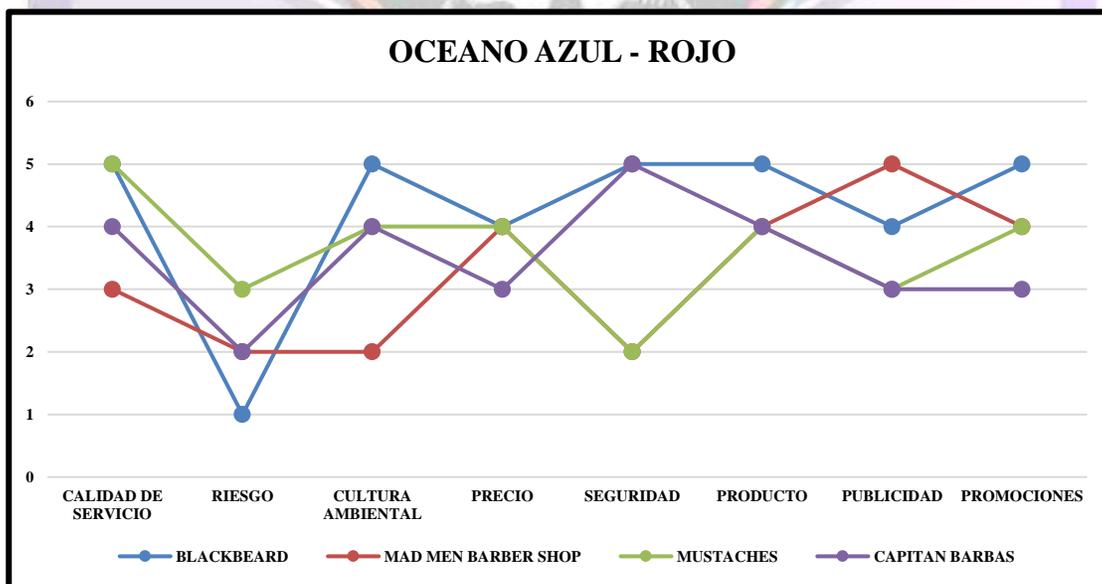
Cuadro de variables competidores

Variables	BLACKBEARD	MAD MEN BARBER SHOP	MUSTACHES	CAPITAN BARBAS
Calidad de Servicio	5	3	5	4
Riesgo	1	2	3	2
Cultura Ambiental	5	2	4	4
Precio	4	4	4	3
Seguridad	5	2	2	5
Producto	5	4	4	4
Publicidad	4	5	3	3
Promociones	5	4	4	3

Fuente. Elaboración Propia

Tabla 15.

Curva de valor Océano Azul - Rojo



Fuente. Elaboración Propia

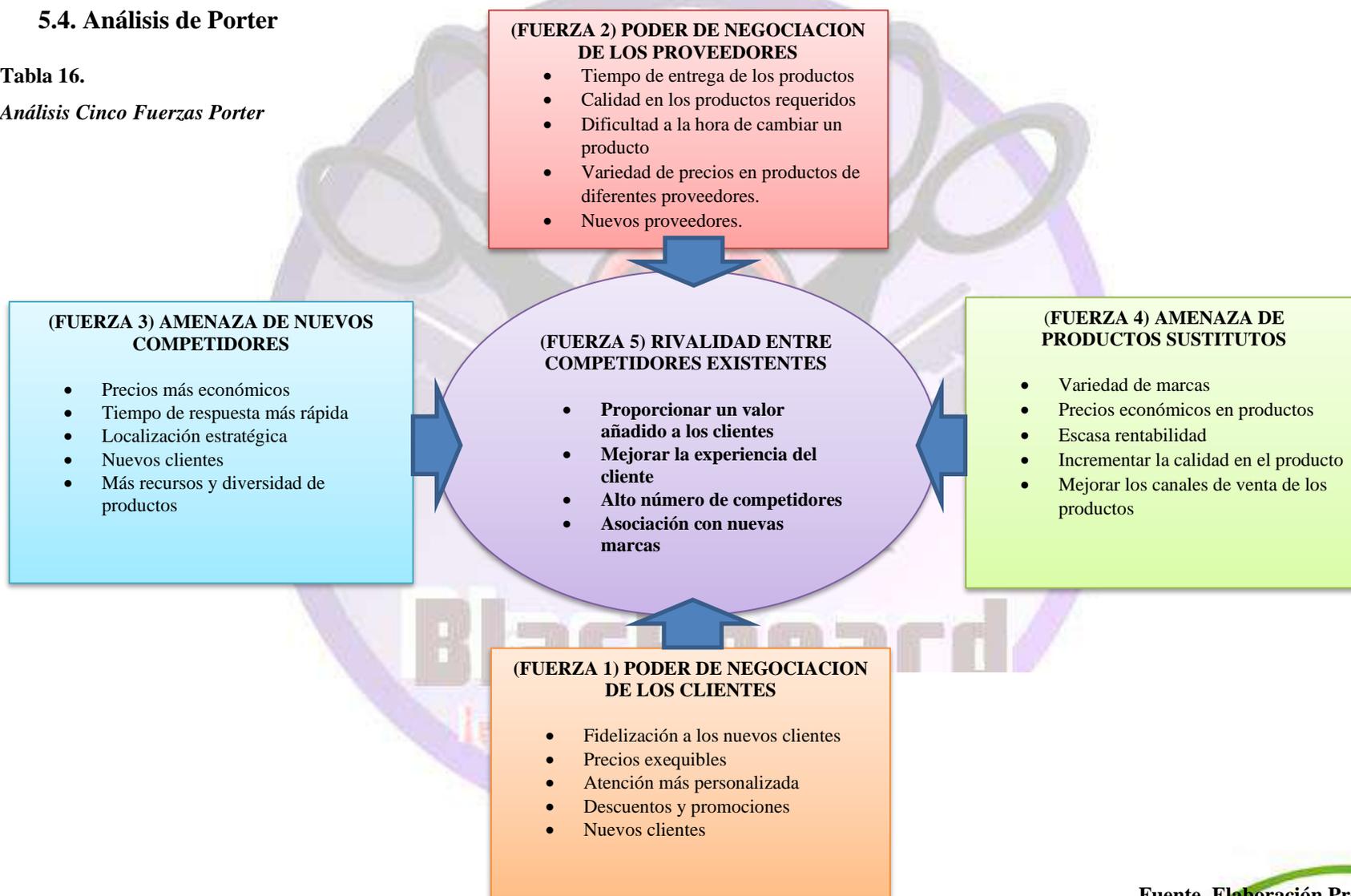
5.3.Estrategias

- ✓ BlackBeard Barber Truck se diferencia de la competencia por ser una Barberia móvil en donde se desplaza por los diferentes puntos de la localidad de Usaquén en Bogotá.
- ✓ Se quiere incrementar las ventas, la publicidad y la cantidad de gente que visite la Barberia con el fin de superar a la competencia y ser reconocidos por las personas de forma fácil ya sea por los productos y servicios de calidad que se ofrecen en el furgón y por medio de las paginas online.
- ✓ Se busca reducir y eliminar la inseguridad que tienen muchas personas al momento de solicitar un servicio o un producto de forma online. Queremos que los clientes se sientan satisfechos al momento de recibir el servicio de Barberia en la puerta de su casa y de forma segura y personalizada.
- ✓ Como Barberia BlackBeard Barber Truck manejará precios asequibles a los clientes utilizando como estrategias las promociones para atraer a los clientes y la publicidad para mostrar nuestros productos y servicios con el fin de ser mejores que las otras barberías competidoras y cercanas a nosotros.

5.4. Análisis de Porter

Tabla 16.

Análisis Cinco Fuerzas Porter



Fuente. Elaboración Propia



CAPITULO II.

PLAN DE MARKETING

6. Marketing Mix

6.1. Estrategias de producto para clientes

6.1.1. Características del Producto/Servicio

Vehículo Híbrido.

Es un camión innovador que combina dos tecnologías Motor Eléctrico y Motor Diesel, lo cual reduce el costo del combustible hasta en un 40%. También es amigable con el medio ambiente debido a su motor Eléctrico reduciendo las emisiones de CO2 y no requiere punto de carga ni plataformas especiales, ya que cuenta con regeneración de energía.

Este vehículo también cuenta con una batería que es la encargada de brindar energía a los equipos utilizados en la Barbería. (Luces, Planchas, secadores, etc.).

Tomando un artículo de la revista motor podremos entender mejor como es el funcionamiento de este vehículo híbrido, a continuación:

El motor eléctrico y el diésel trabajan por separado en tareas específicas. El primero mueve al camión desde la arrancada y hasta los 20 kph y su paquete de baterías de 288 voltios se recarga aprovechando la energía de frenado y la inercia en los descensos por lo que, como la mayoría de híbridos de Toyota, pues Hino es la compañía de vehículos comerciales de Toyota, funcionan sin que haya la necesidad de conexión para recarga. Esto le evita los tiempos muertos de operación para el camión, una gran ventaja.

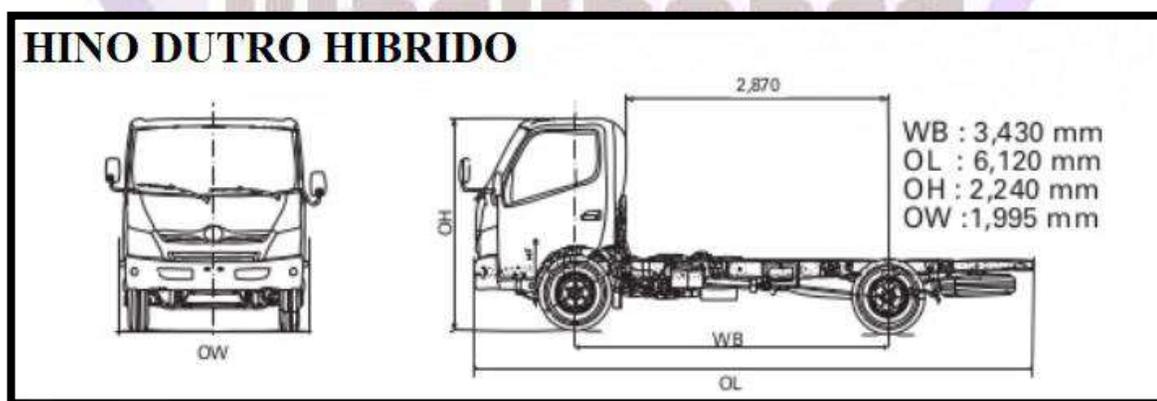
Figura 44.

Vehículo Hino Dutro Híbrido



Fuente. Tomado de Hino Colombia

Figura 45.

Ficha Técnica Hino Dutro Híbrido 5.5 ton.

Fuente. Tomado de Hino Colombia

Mobiliario y Equipos.

Tabla 17.
Listado de Mobiliario y Equipos

Mobiliario	
TOCADOR	DESCRIPCIÓN
	Tocador con poceta ecualizable en porcelana incorporada en el mueble, vidrio en cristal, cajón para porta máquinas y guías, dos cajones y dos bodegas internas.
SILLA EQUALIZABE	DESCRIPCIÓN
	Silla hidráulica tapizada en sintético y piecero ecualizable, cabecera ajustable y base hidráulica cromada.
BUTACO PEDICURE	DESCRIPCIÓN
	Mueble en madera, tapizado sintético, pintura electrostática en polvo negro, cajón con llave, piecero graduable y deslizadores.
MUEBLE RECEPCION	DESCRIPCIÓN
	Estructura en madera, enchapada en formica, Mesón en vidrio en la parte superior, vitrina con entrepaños en vidrio de 6 MM y 2 cajones con llave.
VITRINA DE EXHIBICION	DESCRIPCIÓN
	Mueble en madera, dos luces ojos de buey LED, seis espacios, puerta con llave interior con espejo y bodega inferior.
SILLA RECEPCION	DESCRIPCIÓN
	Butaco importado, base metálica, tapizado sintético y cilindro secretarial.

Equipos	
SECADORES DE CABELLO Y PLANCHAS	DESCRIPCIÓN
	
MÁQUINAS DE CORTE	Planchas, secadores y Maquinas de excelente calidad que permitan ofrecer un excelente servicio y cuidando su cabello.
	
EQUIPOS E IMPLEMENTOS DE CORTE	
	

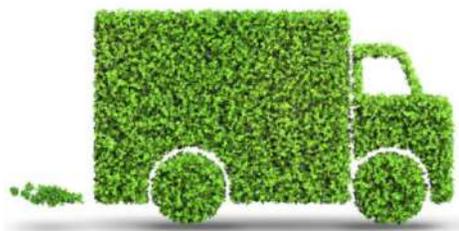
Fuente. Elaboración Propia

Furgón Híbrido reducción de co2.

Blackbeard cuenta con un vehículo que permite llevar su local a cualquier lugar de la ciudad, ofreciendo el servicio en la puerta de los hogares.

Este vehículo tiene una ventaja especial y es que disminuye la huella de carbono, debido al poco consumo de combustible, ya que es un vehículo híbrido.

Como Barbería Blackbeard, quiere marcar la diferencia frente a sus competidores e impulsarlos a implementar medidas que permitan reducir el impacto ambiental.



Productos Naturales y biodegradables.

Blackbeard está preocupado por el impacto ambiental que se presenta alrededor del mundo. Es por esto que decidió lanzar su marca con la utilización de productos que sean naturales, con la finalidad de no utilizar químicos dañinos para la tierra como para los seres humanos y con empaques biodegradables.

MAE Selva. Es una empresa Colombiana que ofrece productos libres de químicos, 100% naturales. Además en MAE Selva, dona parte de sus ingresos para la conservación de la selva amazónica colombiana. Razon por la que escojimos esta marca.

EMZAC. Empresa colombiana con productos naturales y con empaques biodegradables. Ingredientes de origen natural únicamente (vegetal o mineral), a la vez respetuosos con el cuerpo y con la naturaleza.

DERMANAT. Sus materias primas son de origen natural y sus productos están libres de parabenos, derivados del petróleo y colorantes. Somos responsables y respetuosos con el medioambiente y nuestras prácticas, y amamos y respetamos la vida de los animales, evitando la experimentación con animales por completo.

Instalaciones y Servicio Puerta a Puerta

Blackbeard contara con un vehículo que este adecuado al proyecto, contando con todas las herramientas necesarias para brindar un excelente servicio, la ventaja de este vehículo es que le permite llegar a cualquier lugar de la ciudad.

Figura 46.

Imagen de referencia Barber Truck



Figura 47.

Imagen de referencia Instalaciones BlackBeard Barber Truck



Fuente. Imágenes Tomadas de The Monopolitan

6.2. Portafolio

Tabla 18.

Portafolio de Servicios Blackbeard Truck

PORTAFOLIO DE SERVICIOS	
CABELLO	\$ 34.000
Rapado + Lavado	
Corte + Lavado + Peinado	
BARBA	\$ 33.000
Recorte + Perfilado + Tratamiento Barba	
Recorte + Perfilado + Tratamiento Barba + Cejas	
Recorte+ Perfilado + Tinte	
Afeitado + Mascarilla BlackMask + Cejas	
FACIAL	\$ 50.000
Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Masaje Relajante	
Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Depilación y perfilado de Cejas	
Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Depilación Oídos y Nariz	
Mascarilla BlackMask + Depilación y perfilado de Cejas + Depilación Oídos y Nariz	
MANICURA Y PEDICURA	\$ 40.000
Embellecimiento de manos y pies completa + Exfoliación de menta + Masaje Relajante.	

Fuente. Elaboración Propia

Portafolio de Servicios adjunto en Anexos



6.3. Estrategia de Precios

Para determinar los precios se debe tener en cuenta esta tabla, en la cual se detallan los servicios que se realizarán durante un mes por barbero.

JORNADA LABORAL				Descripción
<i>Jornada Laboral Diaria</i>	<i>Días Laborados al mes</i>	<i>Número de horas trabajadas al mes</i>	<i>Tiempo estimado por cada servicio</i>	
8 horas	26	208	1 hora	El servicio se demora entre 30 y 40 minutos, también se debe tener en cuenta tiempos de limpieza de los equipos y sitio de trabajo.

Los precios a manejar serán por combos, ya que los materiales a utilizar son los mismos y no ocasionara perdidas. También se hace como estrategia de Captación de Clientes. Para tener una mejor referencia se podrá apreciar en el portafolio de servicios que estará anexo.

Blackbeard definió sus precios basados en los costos, también se tuvo en cuenta que los precios fueran competitivos. A continuación, podemos apreciar de manera detallada como se determinaron los precios de venta, para cada servicio.

Tabla 19.

Fijación de Precios corte de Cabello

SERVICIO DE CORTE DE CABELLO					
A MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DEL VEHICULO					
Cantidad		Valor Unitario	Unidad	Tiempo de uso	Valor mensual
1	Combustible 4 Galones x Día	\$ 32.144	Día	26	\$ 835.744
1	Seguro SOAT y Tecno mecánica	\$ 636.650	Mes	12	\$ 53.054
1	Seguro Todo Riesgo	\$ 1.000.000	Mes	12	\$ 83.333
1	Lavado semanal de vehículo	\$ 50.000	Semana	4	\$ 200.000
1	Rodamiento y Mantenimiento	\$ 300.000	Mes	1	\$ 300.000
1	Impuestos del Vehículo	\$ 675.000	Mes	12	\$ 56.250
Total, Mensual Mantenimiento y operación del Vehículo					\$ 1.528.382
Numero de servicios por mes en el Vehículo					416
Total, Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio					\$ 3.674

B KIT CORTE DE CABELLO			
Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
1	Tijeras Star Pro	\$ 45.000	\$ 45.000
11	Cuchillas x 20	\$ 12.000	\$ 132.000
1	Set de Peines x 10 Piezas	\$ 10.350	\$ 10.350
1	Talco Corporal Barbería 700gr	\$ 19.900	\$ 19.900
12	Toallas para Secar	\$ 5.000	\$ 60.000
2	Shampoo 380 ml	\$ 40.000	\$ 80.000
2	Cera moldeadora	\$ 16.900	\$ 33.800
1	Brocha de Afeitar	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Capa en Fibra	\$ 19.000	\$ 19.000
2	Rollo Protector de cuello x 100	\$ 15.000	\$ 30.000
Total, Mensual Kit corte de Cabello			\$ 433.550
Numero de servicios por mes para el kit corte de cabello			208
Total, Kit corte de Cabello por servicio			\$ 2.084
C PERSONAL			
Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
2	Salario Barberos	\$ 877.802	\$ 1.755.604
3	Salario Administración	\$ 1.100.000	\$ 3.300.000
2	Prestaciones Sociales Barberos	\$ 623.239	\$ 1.246.479
3	Prestaciones Sociales Administración	\$ 781.000	\$ 2.343.000
Total, Mensual Mano de Obra			\$ 8.645.083
Numero de servicios por mes mano de obra			416
Total, de mano de obra por servicio			\$ 20.781

RESUMEN POR SERVICIO DE CORTE DE CABELLO		
		Valor Total
A	Total, Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio	\$ 3.674
B	Total, Kit corte de Cabello por servicio	\$ 2.084
C	Total, de mano de obra por servicio	\$ 20.781
	Subtotal (A+B+C)	\$ 26.540
D	Utilidad (25%)	\$ 6.635
E	Administración (4%)	\$ 1.062
F	Imprevistos (1%)	\$ 265
PRECIO VENTA AL PUBLICO POR SERVICIO CABELLO		\$ 34.502

Fuente. Elaboración Propia con Excel



Tabla 20.

Fijación de Precios Servicios de Barba

SERVICIO DE AFEITADO Y PERFILADO DE BARBA

A MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DEL VEHICULO					
Cantidad		Valor Unitario	Unidad	Tiempo de uso	Valor mensual
1	Combustible 4 Galones x Día	\$ 32.144	Día	26	\$ 835.744
1	Seguro SOAT y Tecno mecánica	\$ 636.650	Mes	12	\$ 53.054
1	Seguro Todo Riesgo	\$ 1.000.000	Mes	12	\$ 83.333
1	Lavado semanal de vehículo	\$ 50.000	Semana	4	\$ 200.000
1	Rodamiento y Mantenimiento	\$ 300.000	Mes	1	\$ 300.000
1	Impuestos del Vehículo	\$ 675.000	Mes	12	\$ 56.250
Total, Mensual Mantenimiento y operación del Vehículo					\$ 1.528.382
Numero de servicios por mes en el Vehículo					416
Total, Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio					\$ 3.674

B KIT DE AFEITADO Y PERFILADO DE BARBA			
Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
1	Tijeras Star Pro	\$ 45.000	\$ 45.000
11	Cuchillas	\$ 12.000	\$ 132.000
1	Set de Peines x 10 Piezas	\$ 10.350	\$ 10.350
1	Talco Corporal Barberia 700gr	\$ 19.900	\$ 19.900
3	Tinte Semipermanente Biguen	\$ 23.500	\$ 70.500
1	Kit Minoxidil	\$ 70.000	\$ 70.000
1	Brocha de Afeitar	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Locion para Barba	\$ 19.700	\$ 19.700
1	Capa en Fibra	\$ 19.000	\$ 19.000
Total Mensual Kit de Afeitado y Perfilado			\$ 389.950
Numero de servicios por mes para el kit de Barba			208
Total Kit Afeitado y perfilado de Barba por servicio			\$ 1.875

C PERSONAL			
Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
2	Salario Barberos	\$ 877.802	\$ 1.755.604
3	Salario Administración	\$ 1.100.000	\$ 3.300.000
2	Prestaciones Sociales Barberos	\$ 623.239	\$ 1.246.479
3	Prestaciones Sociales Administración	\$ 781.000	\$ 2.343.000
Total, Mensual Mano de Obra			\$ 8.645.083
Numero de servicios por mes mano de obra			416
Total, de mano de obra por servicio			\$ 20.781

RESUMEN POR SERVICIO DE AFEITADO Y PERFILADO DE BARBA		Valor Total
A	Total Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio	\$ 3.674
B	Total Kit Afeitado y perfilado de Barba por servicio	\$ 1.875
C	Total de mano de obra por servicio	\$ 20.781
	Subtotal (A+B+C)	\$ 26.330
D	Utilidad (20%)	\$ 5.266
E	Administración (4%)	\$ 1.053
F	Imprevistos (1%)	\$ 263
PRECIO VENTA AL PUBLICO POR SERVICIO BARBA		\$ 32.913

Fuente. Elaboración Propia con Excel

Tabla 21.

Fijación de Precios Tratamientos Faciales

SERVICIO DE TRATAMIENTO FACIAL

A MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DEL VEHICULO					
Cantidad		Valor Unitario	Unidad	Tiempo de uso	Valor mensual
1	Combustible 4 Galones x Dia	\$ 32.144	Día	26	\$ 835.744
1	Seguro SOAT y Tecno mecánica	\$ 636.650	Mes	12	\$ 53.054
1	Seguro Todo Riesgo	\$ 1.000.000	Mes	12	\$ 83.333
1	Lavado semanal de vehículo	\$ 50.000	Semana	4	\$ 200.000
1	Rodamiento y Mantenimiento	\$ 300.000	Mes	1	\$ 300.000
1	Impuestos del Vehículo	\$ 675.000	Mes	12	\$ 56.250
Total, Mensual Mantenimiento y operación del Vehículo					\$ 1.528.382
Numero de servicios por mes en el Vehículo					416
Total, Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio					\$ 3.674

B			KIT TRATAMIENTO FACIAL	
Cantidad			Valor Unitario	Valor Total
1	Capa en Fibra	\$	19.000	\$ 19.000
5	Exfoliante Café Colombiano Cocoa	\$	39.900	\$ 199.500
10	Exfoliante Facial -Black Mask	\$	24.000	\$ 240.000
20	Paleta Aplicadora Mascarilla x 10	\$	9.000	\$ 180.000
12	Toallas para Secar	\$	5.000	\$ 60.000
2	Cera depilatoria Elastica Perlas	\$	10.000	\$ 20.000
2	Depilador De Hilo	\$	25.000	\$ 50.000
10	Hilo para Depilar	\$	15.000	\$ 150.000
3	Pañitos Humedos	\$	13.000	\$ 39.000
10	Aceites Esenciales Aromaterapia	\$	59.000	\$ 590.000
10	Agua Floral Organica de Menta	\$	45.000	\$ 450.000
7	Parches de hidrogel granada roja x 30	\$	54.900	\$ 384.300
8	Serum Facial Día Rejuvenecedor	\$	120.000	\$ 960.000
Total Mensual Kit Tratamiento Facial				\$ 3.341.800
Numero de servicios por mes para el kit Tratamiento Facial				208
Total Kit Tratamiento facial por servicio				\$ 16.066

C			PERSONAL	
Cantidad			Valor Unitario	Valor Total
2	Salario Barberos	\$	877.802	\$ 1.755.604
3	Salario Administración	\$	1.100.000	\$ 3.300.000
2	Prestaciones Sociales Barberos	\$	623.239	\$ 1.246.479
3	Prestaciones Sociales Administración	\$	781.000	\$ 2.343.000
Total Mensual Mano de Obra				\$ 8.645.083
Numero de servicios por mes mano de obra				416
Total de mano de obra por servicio				\$ 20.781

RESUMEN POR SERVICIO DE TRATAMIENTO FACIAL			Valor Total
A	Total Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio	\$	3.674
B	Total Kit Tratamiento facial por servicio	\$	16.066
C	Total de mano de obra por servicio	\$	20.781
Subtotal (A+B+C)			\$ 40.522
D	Utilidad (20%)	\$	8.104
E	Administración (4%)	\$	1.621
F	Imprevistos (1%)	\$	405
PRECIO VENTA AL PUBLICO POR SERVICIO FACIAL			\$ 50.652

Fuente. Elaboración Propia con Excel

Tabla 22.

Fijación de Precios Manicura y Pedicura

SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA

A MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DEL VEHICULO					
Cantidad		Valor Unitario	Unidad	Tiempo de uso	Valor mensual
1	Combustible 4 Galones x Dia	\$ 32.144	Día	26	\$ 835.744
1	Seguro SOAT y Tecno mecánica	\$ 636.650	Mes	12	\$ 53.054
1	Seguro Todo Riesgo	\$ 1.000.000	Mes	12	\$ 83.333
1	Lavado semanal de vehículo	\$ 50.000	Semana	4	\$ 200.000
1	Rodamiento y Mantenimiento	\$ 300.000	Mes	1	\$ 300.000
1	Impuestos del Vehículo	\$ 675.000	Mes	12	\$ 56.250
Total, Mensual Mantenimiento y operación del Vehículo					\$ 1.528.382
Numero de servicios por mes en el Vehículo					416
Total, Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio					\$ 3.674

B KIT MANICURA Y PEDICURA				
Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
3	Removedor de Uñas	\$	25.000	\$ 75.000
5	Removedor de Cuticula	\$	12.000	\$ 60.000
20	Palos de Naranja x10	\$	3.000	\$ 60.000
10	Lima Profesional Paquete x 10	\$	10.300	\$ 103.000
5	Cepillo de uñas	\$	7.000	\$ 35.000
5	Aceite Humectante	\$	19.900	\$ 99.500
5	Aceite regenerador de cuticula	\$	12.000	\$ 60.000
3	Crema para Pies con Aceite de Coco	\$	17.350	\$ 52.050
5	Exfoliante para manos y pies MAE	\$	39.900	\$ 199.500
3	Crema Humectante 100% Vegetal	\$	46.000	\$ 138.000
5	Pusher	\$	19.300	\$ 96.500
5	Bloque 3 usos	\$	6.500	\$ 32.500
5	Corta Uñas	\$	9.900	\$ 49.500
12	Toallas para Secar	\$	5.000	\$ 60.000
12	Esmalte Brillo Secante	\$	8.000	\$ 96.000
5	Raspacallos	\$	10.000	\$ 50.000
3	Corta cuticula	\$	26.200	\$ 78.600
Total Mensual Kit Manicura y Pedicura				\$ 1.345.150
Numero de servicios por mes para el kit Manicura y Pedicura				208
Total Kit Manicura y Pedicura por servicio				\$ 6.467

C		PERSONAL	
Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
2	Salario Barberos	\$ 877.802	\$ 1.755.604
3	Salario Administración	\$ 1.100.000	\$ 3.300.000
2	Prestaciones Sociales Barberos	\$ 623.239	\$ 1.246.479
3	Prestaciones Sociales Administración	\$ 781.000	\$ 2.343.000
Total Mensual Mano de Obra			\$ 8.645.083
Numero de servicios por mes mano de obra			416
Total de mano de obra por servicio			\$ 20.781

RESUMEN POR SERVICIO MANICURA Y PEDICURA		Valor Total
A	Total Mantenimiento y operación del Vehículo por servicio	\$ 3.674
B	Total Kit Manicura y Pedicura por servicio	\$ 6.467
C	Total de mano de obra por servicio	\$ 20.781
Subtotal (A+B+C)		\$ 30.923
D	Utilidad (25%)	\$ 7.731
E	Administración (4%)	\$ 1.237
F	Imprevistos (1%)	\$ 309
PRECIO VENTA AL PUBLICO POR SERVICIO MANICURA Y PEDICURA		\$ 40.199

Fuente. Elaboración Propia con Excel

Blackbeard
¡ESTILO, EL PODER DE TU LADO!

6.4. Estrategia de Distribución

Black Beard Barber Truck, luego de comunicarse con el cliente por medio de redes sociales, este realizara la descarga de la App Móvil de Black Barber Truck en donde podrán encontrar el catálogo completo de servicios, junto con la opción de agendamiento de cita.

El cliente luego de reservar su cita podrá realizar seguimiento de la misma y podrá ubicar nuestro vehículo asignado para la atención de su cita. Una vez el cliente se encuentre allí a la espera nuestro personal asegurara la calidad del servicio ofreciendo comodidades para el usuario en caso de que este se encuentre esperando la hora asignada de la reserva de su servicio.

Teniendo en cuenta los canales de distribución BlackBeard Barber Truck tiene un marketing directo ya que no se maneja ningún tipo de intermediario y los productos que se ofrecen a los clientes se venden directamente en cada uno de los vehículos, por medio de los barberos al finalizar el servicio y a clientes interesados en los productos que solo estén de paso por el sector donde estemos ubicados. También se venden los productos por medio de las páginas web y la App Móvil de la barbería.

Figura 48.
Estrategias de Distribución



Fuente. Elaboración Propia

6.5. Estrategias de Comunicación

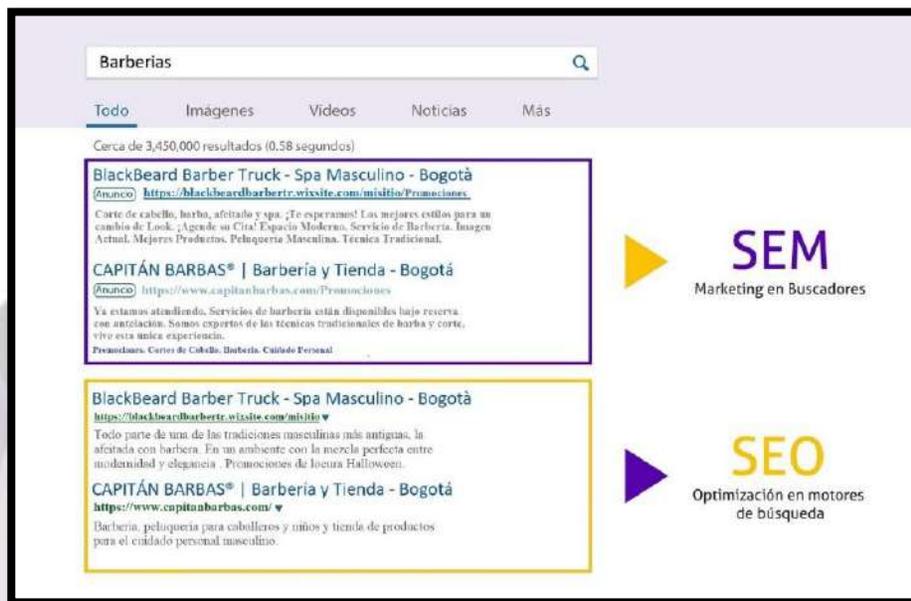
Por medio de la publicidad Black Beard Barber Truck, se dará a conocer en los diferentes medios de comunicación utilizando anuncios por internet SEM - SEO y en los diferentes perfiles de las redes sociales como lo son Instagram, Facebook, WhatsApp, como medio efectivo para llegar a los clientes, ofreciendo información de interés y motivarlos a que utilicen nuestros productos y servicios de forma segura y efectiva para incrementar las ventas y tener más acceso a nuevos clientes, por otro lado utilizaremos como estrategia los descuentos, promociones, acumulación de puntos cada vez que visiten la barbería y naveguen por medio de la App, páginas web y redes sociales para motivar a los clientes y quieran mejorar su personalidad al estilo Black Truck.

6.5.1. Marketing de búsquedas SEM – SEO

Esta estrategia de comunicación nos permite obtener mayor visibilidad mediante campañas de publicidad en los buscadores.

Las campañas SEO nos brindan visibilidad a nivel orgánico en los resultados de búsqueda y las campañas SEM son de publicidad mediante anuncios de pago en las páginas de resultados.

Figura 49.

Publicidad Motores de Búsqueda

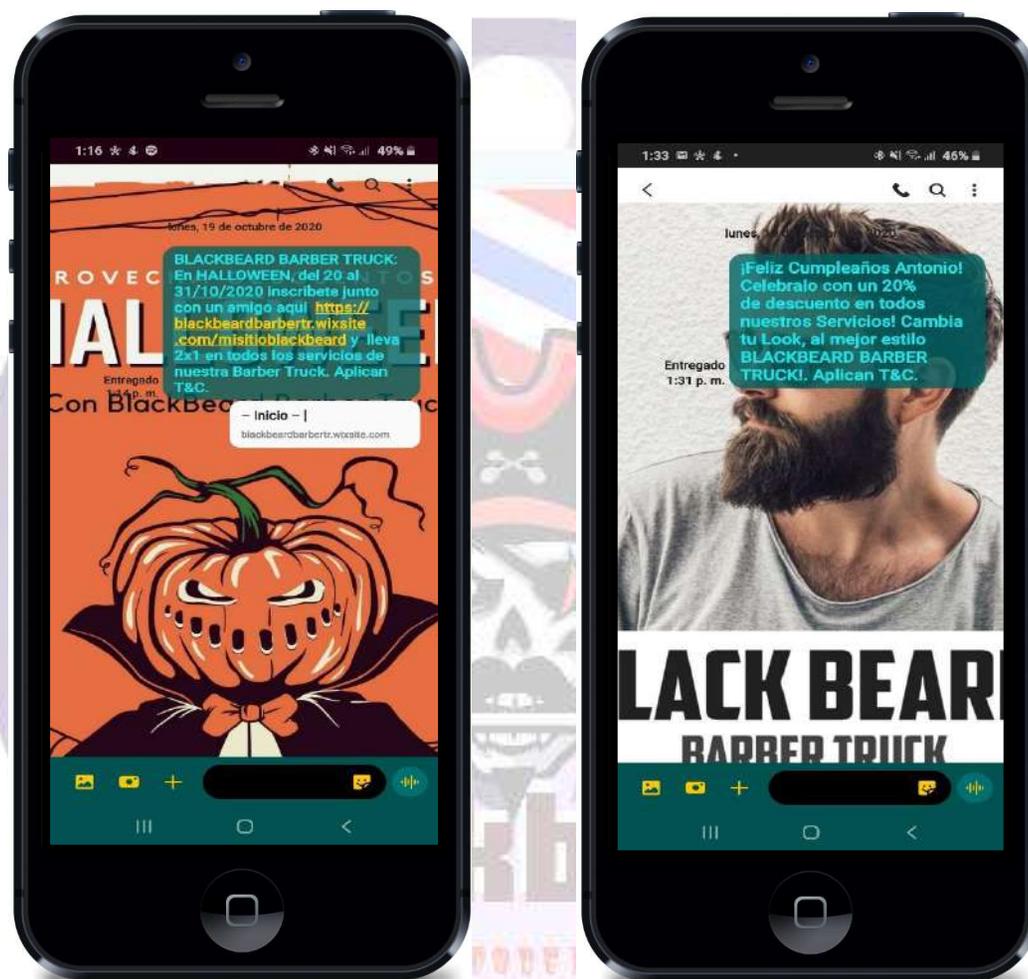
Fuente. Elaboración Propia

6.5.2. SMS Marketing

Esta estrategia se lleva a cabo mediante mensajes de texto a números de teléfonos móviles, tomados de una base de datos de usuarios creados, en la cual ellos nos han dado el consentimiento de ser contactados para enviarles promociones y descuentos.

Figura 50.

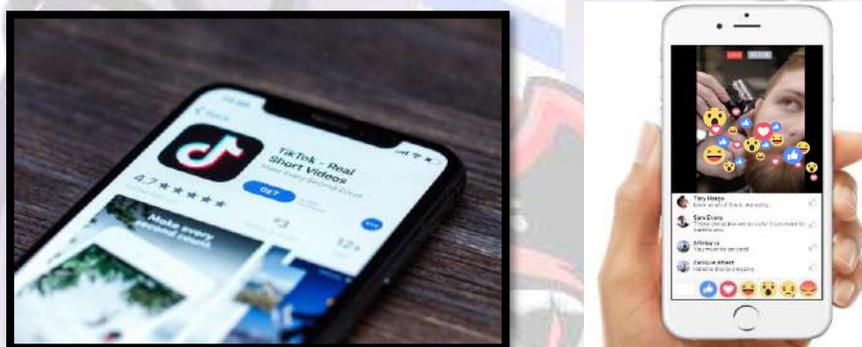
Publicidad mediante mensajería de texto



Fuente. Elaboración Propia

6.5.3. Video marketing

Con las nuevas tendencias tecnológicas, la plataforma Tik Tok se ha vuelto viral, ya que posible compartir videos cortos y entretenidos. Para la empresa es una oportunidad de construir una base de usuarios, crear publicidad para mostrar el trabajo que se realiza y lograr tener la atención de más audiencia. También al utilizar Instagram live, permite conocer las opiniones y lograr darse a conocer mejor, ya que hay una interacción en tiempo real y de forma directa con los seguidores.



Fuente. Tomado Google Imágenes

6.5.4. Marketing de fidelización y Promoción de Ventas

La finalidad de este tipo de marketing, es la fidelización de clientes mediante promociones, también es posible captar nuevos con esta técnica. Por ejemplo, descuentos de Halloween, descuentos de cumpleaños, 2x1, entre otros.

Figura 51.

Promociones de Ventas



Fuente. Tomado Instagram Blackbeard

6.5.6. Marketing Directo y Ventas Personales

Atención en tienda

La atención en tienda permite al cliente vivir la experiencia de conocer los servicios o productos directamente, además de brindarle asesoría personalizada con el fin de que tenga satisfacción en el servicio.

Como parte de la experiencia en tienda, también podrán notar publicidad en el exterior del furgón, haciéndolo más llamativo a la vista, logrando la captación de clientes que crucen por allí.

Figura 54.

Imagen de referencia Barber Truck – Recepción Atención



Fuente. Elaboración Propia

Aplicación Móvil

Figura 55.

Aplicación Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia

WhatsApp Business

Figura 56.

Aplicación WhatsApp Business



Fuente. Elaboración Propia

7. Marketing Mix

Tabla 23.

Tabla de Marketing Mix

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	Aumentar la cantidad de clientes un 35% para obtener más ganancias cada 3 meses y aumentar la cantidad a los diferentes proveedores de productos faciales, para el cabello, barba y alimentos y bebidas que se ofrecerán a los clientes.	Ofreciendo los diferentes productos a los clientes al momento de brindarles el servicio de corte o la solicitud requerida por los clientes y mientras esperan se les ofrecerán snack y recordatorios por la visita a nuestro local.	Por medio de los trabajadores se ofrecerá un servicio de calidad para que los clientes se sientan satisfechos y soliciten nuestro servicio con más frecuencia en la App y en el furgón donde estaremos ubicados.	Cada 3 meses se busca aumentar las ventas en los productos y servicios, buscando nuevos clientes y obtener más ganancias para crecer como empresa y podernos dar a conocer por toda la ciudad.	Se iniciará por la localidad de Usaquén en Bogotá y después nos iremos esparciendo por las diferentes localidades y sectores de la ciudad.	Teniendo en cuenta que en materiales e insumos por los 2 barberos en donde realizan una cantidad aproximada de 416 (208 por barbero) servicios al mes da un valor de \$9.623.900 pesos. Y este mismo valor estipulado a 3 meses sería de \$28.871.700 pesos con la misma cantidad de productos vendidos a los clientes.

<p>PRECIO</p>	<p>Se van a generar descuentos cada 2 ó 4 meses del 20% y 30%, por medio de nuestras páginas web, con el fin de incrementar las ventas en los productos y darnos a conocer de forma rápida en los diferentes sectores de la ciudad.</p>	<p>Por medio de nuestra App móvil y en el lugar donde estemos se montarán diferentes tipos de descuentos de nuestros productos con el fin de llamar la atención de los clientes.</p>	<p>En la paginas web y en la App de Black Barber Truck, se realizarán descuentos a todo tipo de clientes que estén interesados en mejorar su personalidad y estilo con nosotros.</p>	<p>Cada 2 o 4 meses manejaremos diferentes descuentos a los productos Online para aumentar las ventas y la cantidad de clientes para que se interesen más de la barbería y el servicio que se les ofrece.</p>	<p>Usaquén inicialmente, y luego en las diferentes localidades y sectores de la ciudad.</p>	<p>El valor aproximado de la línea de venta de productos es de \$4.404.960 pesos al mes.</p> <p>A los 2 meses da un valor de \$8.809.920 pesos.</p> <p>Y a los 4 meses da un valor de \$17.619.840 pesos en productos vendidos a los clientes.</p>
<p>DISTRIBUCION</p>	<p>Aumentar la cantidad de furgones 1 vez cada año, con 2 barberos en cada uno, con el fin de generar reconocimiento en las diferentes localidades cercanas a Usaquén y también dándonos a conocer por las páginas web y nuestra App móvil.</p>	<p>Dándonos a conocer por los diferentes medios o canales de distribución ofreciendo nuestros productos y servicios para llamar la atención de las personas y quieran aprovechar de estar cerca a sus hogares.</p>	<p>Por medio de nuestros barberos se ofrecerán diferentes productos faciales, de cabello o barba, y nuestras páginas para que estén pendientes de los sectores en los que estemos cada día y puedan pedir su cita con más tranquilidad.</p>	<p>Cada año ir aumentando furgones con las ganancias adquiridas para darnos a conocer más fácil y aumentar las ganancias día a día.</p>	<p>En las diferentes localidades cercanas a Usaquén - Bogotá.</p>	<p>El valor de cada vehículo (Furgón) es de \$70.000.000 de pesos.</p>

<p>PROMOCION Y COMUNICACION</p>	<p>Se realizarán promociones de pague 2 y lleve 3 en productos para el cabello y faciales para los clientes en el transcurso de cada mes, fechas especiales, cumpleaños y se realizarán descuentos a los clientes que nos visiten con frecuencia para poder fidelizar al cliente y nos recomienden a sus familiares y amigos.</p>	<p>A medida que los clientes lleven personas nuevas y que estén interesadas en nuestros servicios se les realizará una promoción o se les dará un regalo y se les dará una atención más personalizada con los diferentes productos que se utilizan.</p>	<p>Se comunicará las promociones y descuentos por medio de las páginas web, nuestra App y redes sociales para que los clientes estén informados de las diferentes actividades que se realizaran.</p>	<p>En el transcurso de cada mes se realizarán descuentos y promociones a los clientes para llamar su atención y poderles dar precios asequibles.</p>	<p>En Bogotá – Usaquéen y diferentes localidades de la ciudad.</p>	<p>Al mes en publicidad ya sea física o virtual se invertirá aproximadamente un 2% de las ganancias estimadas, que aproximadamente sería de \$387.644 pesos cada mes en donde va aumentando al transcurrir los meses para poder obtener más reconocimiento con nuevos clientes.</p>
--	---	---	--	--	--	--



Fuente. Elaboración Propia



8. Desarrollo de la Marca

Tabla 24.

Matriz de desarrollo de la marca

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
NOMBRE DE LA IDEA: BlackBeard Barber Truck		
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnostico del mercado	A: Identificación del sector	Variedades de cortes de cabello, efeitados, tinturados en el cabello o barbas.
	B: Identificar marcas en competencia	Mad Men Barber Shop - Mustaches - Capitan Barbas
	C: Soluciones principales y alternativas	Satisface necesidades y expectativas del cliente. Brindar comodidad en cada uno de los servicios.
	D: Tendencias de mercado	Cortes a la moda en el cabello, cejas, barba y tinturas de colores en el cabello, tratamientos en el cabello, barba y rostro.
	E: Arquetipo de la marca	Animado, creador, motivado, innovador, satisfecho
Segundo Paso: Realidad psicologica de la marca	A: Percepcion de las marca de la competencia	Innovador, creativos, comprometidos, buen servicio
	B: Identificar variables de neuromarketing	Somos una empresa enfocada en el cuidado de nuestros clientes ofreciendo descuentos, Promociones, buen servicio, calidad en los productos, comodidad, encontrando el estilo e imagen adecuado en cada cliente y servicio personalizado
Tercer paso: Posicionamiento	A: Identificar Top of mind	Rapides en el servicio, calidad del servicio, accesibilidad, seguridad, innovacion, estilo, elegancia, Presentación
	B: Indetificar Top of heart	Seguridad, confianza, tranquilidad, accequibles, exclusivos, tranquilos
Cuarto: Realidad Material de la Marca	A: Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	
	B: Defenifir el arqueotipo de la marca	Estilos, diseños de cortes, interaccion, gusto de los clientes, creatividad, elegancia, emociones
Quinto Paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la induccion de la marca en el mercado, que esten ligadas a la maditacion tecnologica y de redes sociales	Television, Radio, Pautas publicitarias, voz a voz, redes sociales, paginas web, app black barber truck

Fuente. Elaboración Propia

9. Estrategia de Marketing Digital

Hemos creado una página web a través de la plataforma WIX, con la que queremos brindar información acerca de nosotros y nuestros servicios. También contamos con un blog en el cual compartimos información de interés para nuestros clientes respecto al cuidado de su cabello, Barba y cuidado facial. Esto se hace con la finalidad de conocer las necesidades de nuestros clientes y adaptarlo a estrategias comerciales, estableciendo una comunidad que nos ayuda a crear una imagen empresarial y generar confianza entre nuestros clientes.

Como complemento fue necesario la creación de un Landing Page, el cual nos ayudará a crear nuestra base de datos, para compartir nuestras promociones a los clientes suscritos y darles la oportunidad de que nos conozcan.

Se realizó la creación de nuestra App Móvil, que nos ayudara brindando información de nuestros servicios y el agendamiento de citas. También se crearon redes sociales en páginas como Facebook e Instagram, para así llegar a nuevos mercados, crear publicidad para darnos a conocer y trabajar en fidelización de clientes.

- **Página Web WIX.**

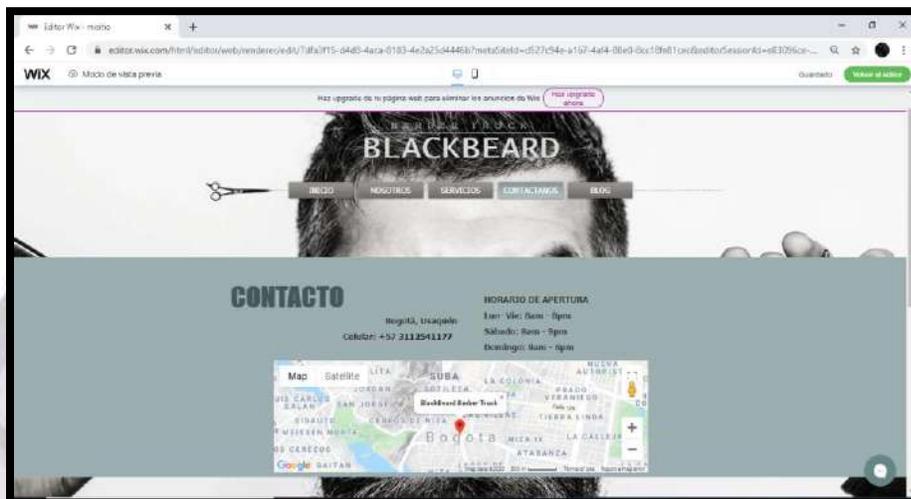
Enlace de acceso a Pagina web: <https://blackbeardbarbertr.wixsite.com/misitio>

- **Landing Page.**

Enlace de acceso a Landing Page Escritorio y Versión Móvil:

<https://blackbeardbarbertr.wixsite.com/misitioblackbeard>

Figura 59.

Página Web BlackBeard Barber Truck - Contacto

Fuente. Elaboración Propia con Aplicación Wix

Figura 60.

Landing Page Versión Escritorio

Fuente. Elaboración Propia con Aplicación Wix

Figura 61.

Landing Page Versión Escritorio



Fuente. Elaboración Propia con Aplicación Wix

Figura 62.

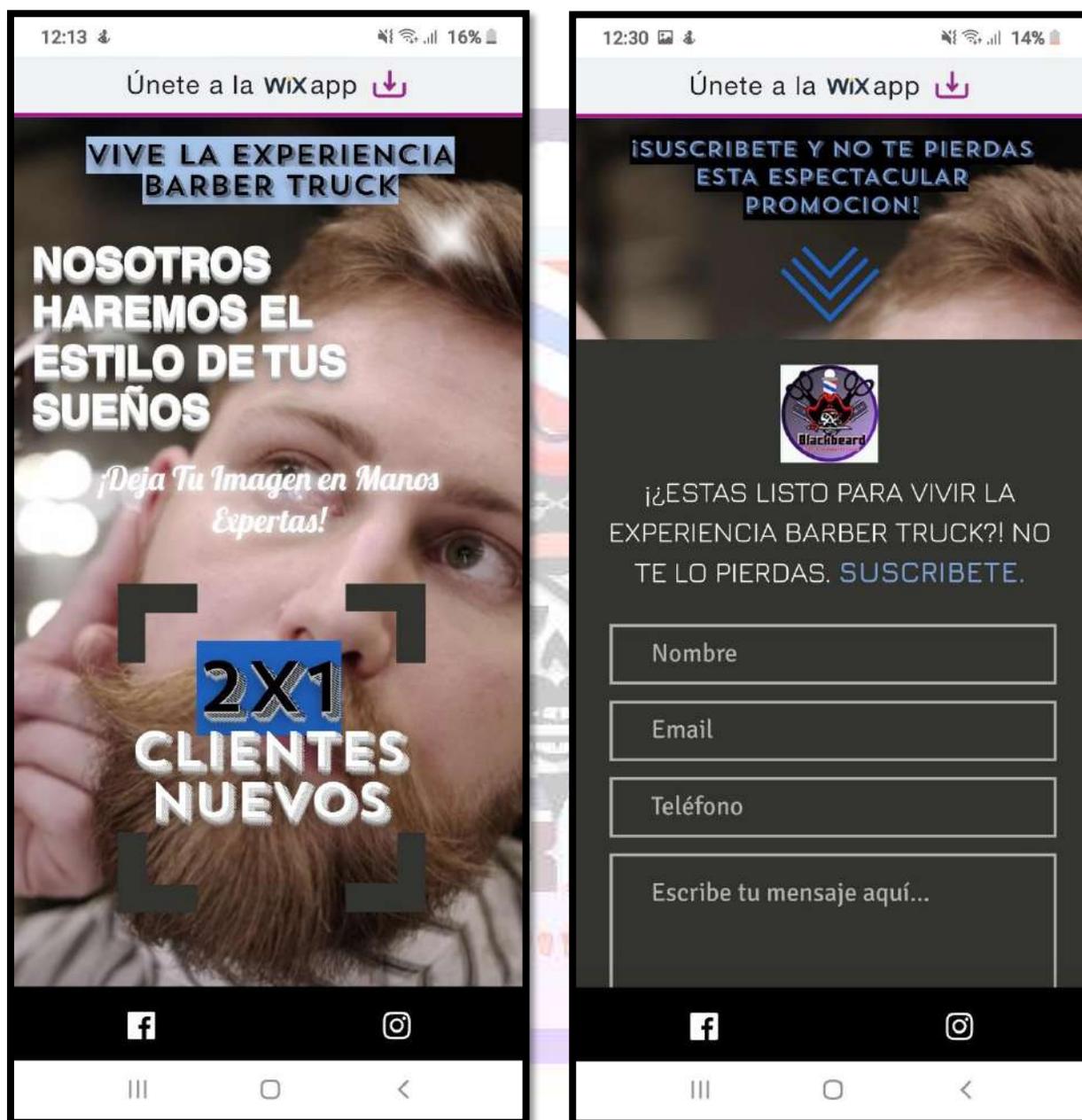
Landing Page Versión Escritorio



Fuente. Elaboración Propia con Aplicación Wix

Figura 63.

Landing Page Versión Móvil



Fuente. Elaboración Propia con Aplicación Wix

La creación de redes sociales nos da un impulso para llegar a un mercado más amplio y así poder darnos a conocer, también permite tener un acercamiento con los clientes para saber sus opiniones y cómo mejorar la imagen.

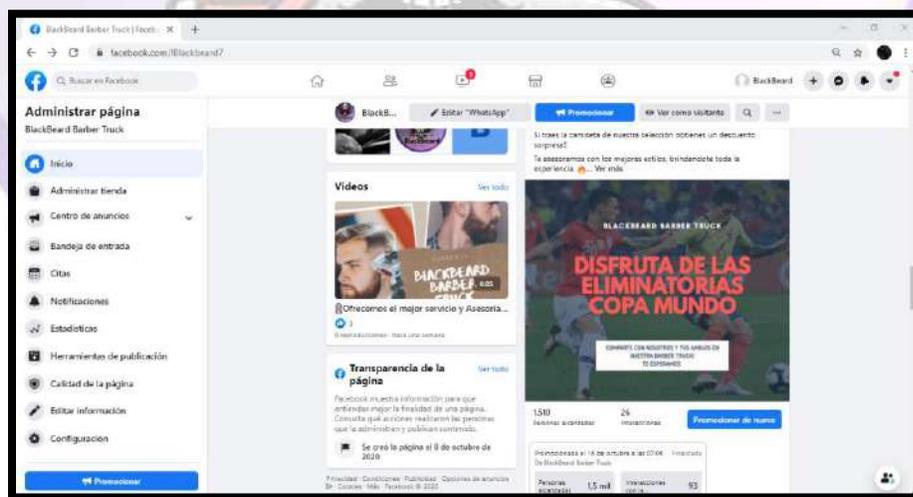
▪ Facebook

Al implementar una estrategia de marketing a través de Facebook debe estar bien planificada, para así llegar a un público objetivo de manera eficiente. Realizando una pequeña inversión en publicidad, es posible que haya un incremento en las ventas en redes sociales.

Link: <https://www.facebook.com/Blackbeard7>

Figura 64.

Página Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia

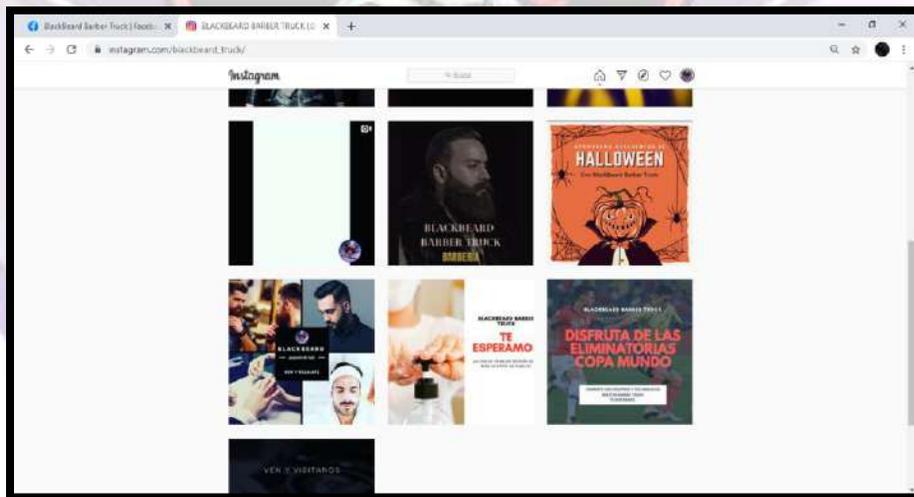
- **Instagram**

Instagram es una red social que nos permite subir imágenes y vídeos con diferentes efectos y compartirlos en el perfil, lo cual para muchas empresas tienen entradas especiales para darse a conocer y publicitar sin importar el tamaño. Instagram permite promocionar los productos o servicios de forma visual, por lo tanto, posiblemente se consiguen mejores resultados.

Link: https://www.instagram.com/blackbeard_truck/

Figura 65.

Página en Instagram Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia

9.1 Campañas de Marketing Digital

Blackbeard Barber Truck, ha decidido escoger dos de las redes sociales más importantes con la finalidad de impulsar la marca obteniendo más visibilidad y cercanía con los clientes.

Estas redes sociales nos pueden ayudar a difundir, vender, comunicar nuestros servicios.

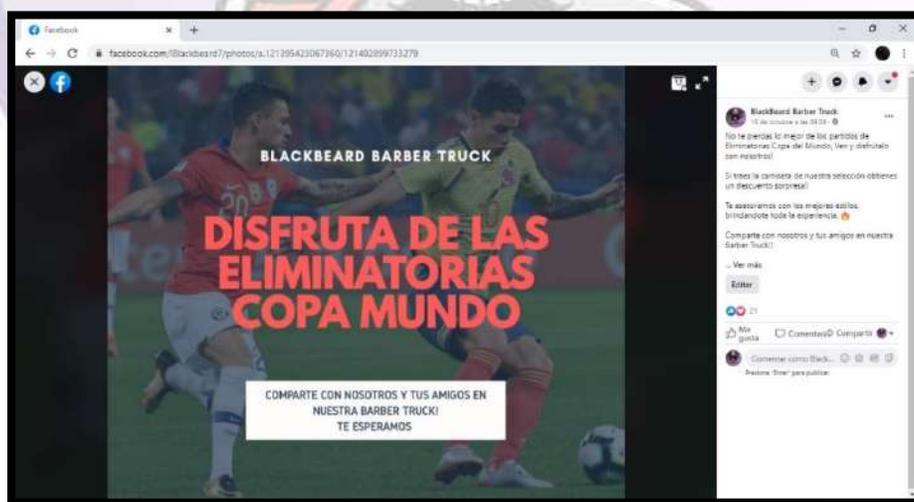
Inicialmente se creó una página en Facebook con el objetivo de ganar visibilidad, darnos a conocer, comunicar las ofertas o noticias y fidelizar clientes.

Instagram nos ayuda a mostrar nuestros productos, mejorar la relación con la audiencia y captar nuevos clientes.

9.1.1 Facebook

Figura 66.

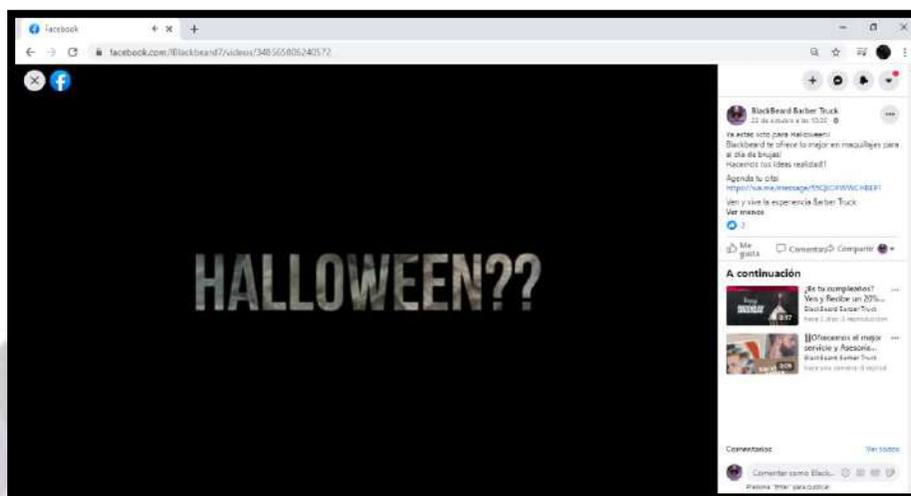
Marketing Digital Pagina Facebook



Fuente. Elaboración Propia

Figura 67.

Marketing Digital Página Facebook

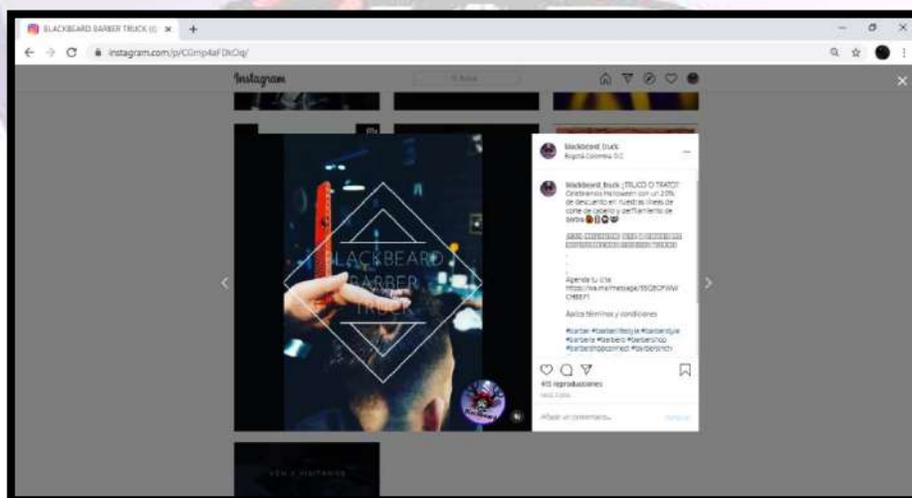


Fuente. Elaboración Propia

9.1.2 Instagram

Figura 68.

Marketing digital Página Instagram



Fuente. Elaboración Propia

10. Métricas Clave

10.1. Facebook

Dado el resultado nulo en respuesta a las métricas CAC y LTV de mensajes directos de preguntas con base al producto o posibles ventas tentativas, se realiza la comparación mediante resultados de posicionamiento pago arrojando los siguientes resultados:

Figura 71.

Estadísticas de Publicación Facebook



Fuente. Elaboración Propia

Figura 72.

Estadísticas de Publicación Facebook

Fuente. Elaboración Propia

■ Dada la promoción se evidencia un alcance de 1,5 mil personas en alcance, logrando a diferencia de Instagram reacciones más puntuales con 20 me gusta y 1 me encanta, 3 visualizaciones de la foto que se encontraba promocionada y 2 clic adicionales en la fan page.

■ Dada la promoción se evidencia que la imagen promocionada con un total de 16.000 pesos M/te hoy logo que contáramos con **4 ME GUSTA, 49 INTERACCIONES CON LA PUBLICACIÓN** (Entre las cuales se encuentra me gustas, visualización, interacción con la página web y 1 me encanta) y un alcance de la promoción por 3 días **2730 DE ALCANCE** en las publicaciones.

10.2. Instagram

Dado el resultado nulo en respuesta a las métricas CAC y LTV de mensajes directos de preguntas con base al producto o posibles ventas tentativas, se realiza la comparación mediante resultados de posicionamiento pago y posicionamiento orgánico arrojando los siguientes resultados:

Posicionamiento Pago:

Toma inicial de la creación y el perfil evidenciando:

Publicaciones: 3 Seguidores: 1 Seguidos: 0

Figura 73.

Estadísticas de Publicación Facebook



Fuente. Elaboración Propia

Después de realizada la promoción por un periodo de tres días contando desde el Domingo 18 de octubre al martes 20 de octubre del presente año se relacionan los resultados así:

■ Dada la promoción se evidencian 0 visitas al perfil.

■ Dada la promoción se evidencia que el 98% de personas impresionadas (entiéndase esta impresión en la visualización de la promoción) no eran seguidores del perfil, sin embargo, tampoco se logró la acción de ser llevados a seguir el contenido o servicio del perfil.

■ La inversión total que se realizó en esta publicación fue de \$12.000 pesos M/ CTE.

10.2.1. Posicionamiento Orgánico:

Dada la respuesta de la promoción paga y en contra parte de este resultado, llegamos a la conclusión que esta proporciona un incremento de descubrimiento en un 96% dentro de lo que se visualiza en la aplicación, sin embargo, no genera una reacción adicional de seguimiento al perfil o mensaje directo a razón de interés por el servicio.

Por lo cual se toma la determinación de realizar un Posicionamiento SEO Orgánico con base a los siguientes parámetros:

- Estrategia de posicionamiento por 3 días.
- Estrategia de seguimiento a los seguidores y seguidos de la competencia para establecer el mismo nicho activo de otros perfiles que prestan el mismo servicio de nuestro proyecto.
- Publicación en dos tiempos, horario mañana y horario tarde para tener una respuesta asertiva de seguidores en diferentes horarios activos en la aplicación.

10.3. Comportamiento de Publicaciones, Seguidos y Seguidores:

Miércoles 21 de octubre:

Figura 74.

Comportamiento Perfil de Instagram

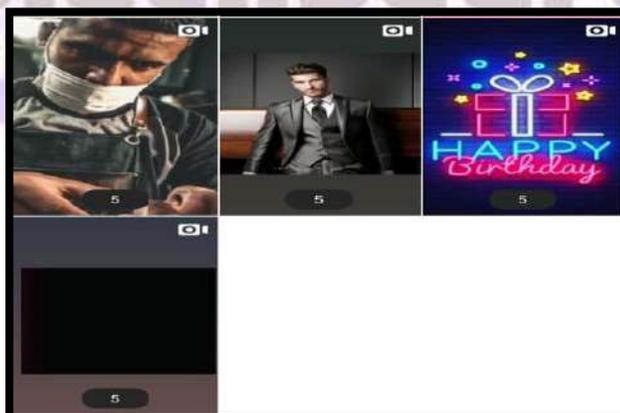


Fuente. Elaboración Propia

El día 1 se evidencia un crecimiento de 4 publicaciones, 27 seguidores y 246 seguidos los cuales ya comienzan a realizar acciones de me gusta, acciones en historias entre 2 a 5 vistas e indicadores de estadísticas generales.

Figura 75.

Seguimiento a Publicaciones historias perfil de Instagram



Fuente. Elaboración Propia

Jueves 22 de octubre:

Figura 76.

Seguimiento de perfil Instagram

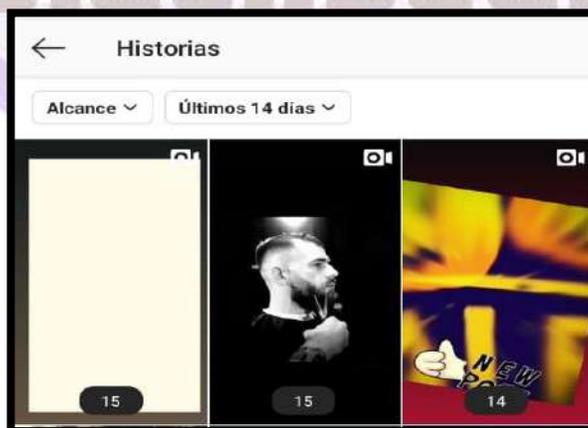


Fuente. Elaboración Propia Instagram

El día 2 se evidencia un crecimiento de 1 publicación, 24 seguidores y 136 seguidos los cuales ya comienzan a realizar acciones de me gusta, acciones en historias entre 14 a 15 vistas e indicadores de estadísticas generales.

Figura 77.

Seguimiento a historias Instagram



Fuente. Elaboración Propia Instagram

Viernes 23 de octubre:

Figura 78.

Seguimiento tercer día Instagram



Fuente. Elaboración Propia Instagram

El día 3 se evidencia un crecimiento de 2 publicación, 75 seguidores y 243 seguidos los cuales ya comienzan a realizar acciones de me gusta, acciones en historias entre 15 a 21 vistas e indicadores de estadísticas generales.

Figura 79.

Alcance en historias Instagram

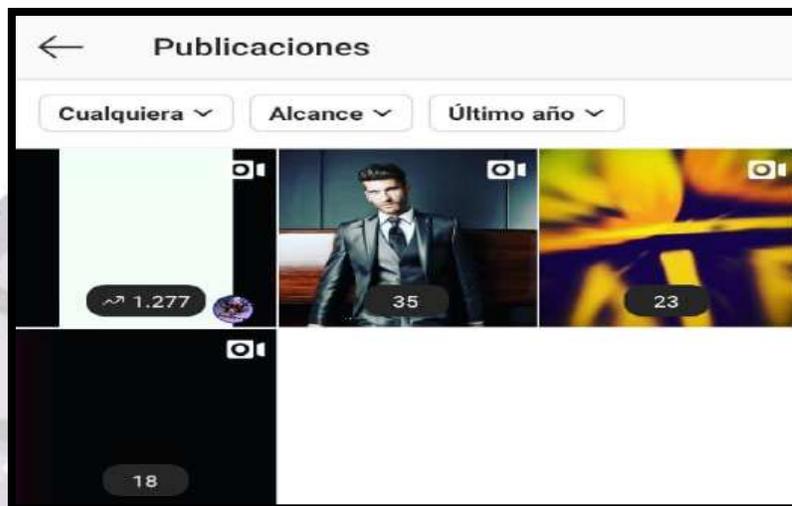


Fuente. Elaboración Propia Instagram

10.4. Comportamiento de Publicaciones:

Figura 80.

Alcance en publicaciones y promociones



Fuente. Elaboración Propia Instagram

Las publicaciones se mantuvieron activas de la siguiente manera:

Posicionamiento Pago: Se mantiene con las vistas y alcance más alto teniendo como resultado un alcance de 1.277 personas.

Posicionamiento orgánico: Se mantiene con las vistas y alcance bajo teniendo como resultado un alcance de 76 personas en total de 3 días

Mediante el resultado de las estrategias tomadas con el posicionamiento SEO orgánico, se determina que se logró establecer un nicho en Instagram de hombres con edades entre 18 a 44 años en su mayoría en nuestro lugar de operación Bogotá con un 50% de participación.

10.5. Estadísticas Generales a 7 Días

Figura 81.

Estadísticas generales – Desglose de seguidores en los primeros 7 día



Fuente. Elaboración Propia

Figura 82.

Estadísticas generales – Momentos de actividad



Fuente. Elaboración Propia

10.6. Seguimiento Final

Se realizó el último seguimiento y podemos visualizar un crecimiento orgánico de seguidores en las últimas semanas.

Figura 83.

Seguimiento en Instagram



Fuente. Elaboración Propia en Instagram



CAPITULO III.

ESTUDIO TECNICO

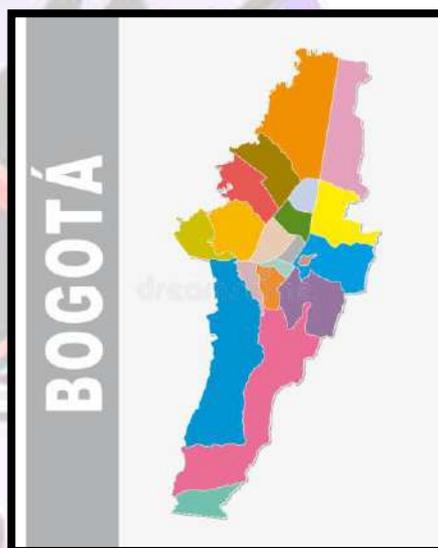
11. Estudio Técnico

11.1. Localización del Proyecto

11.1.1. Macro localización

¿Porque se escogió Bogotá y no otro departamento?

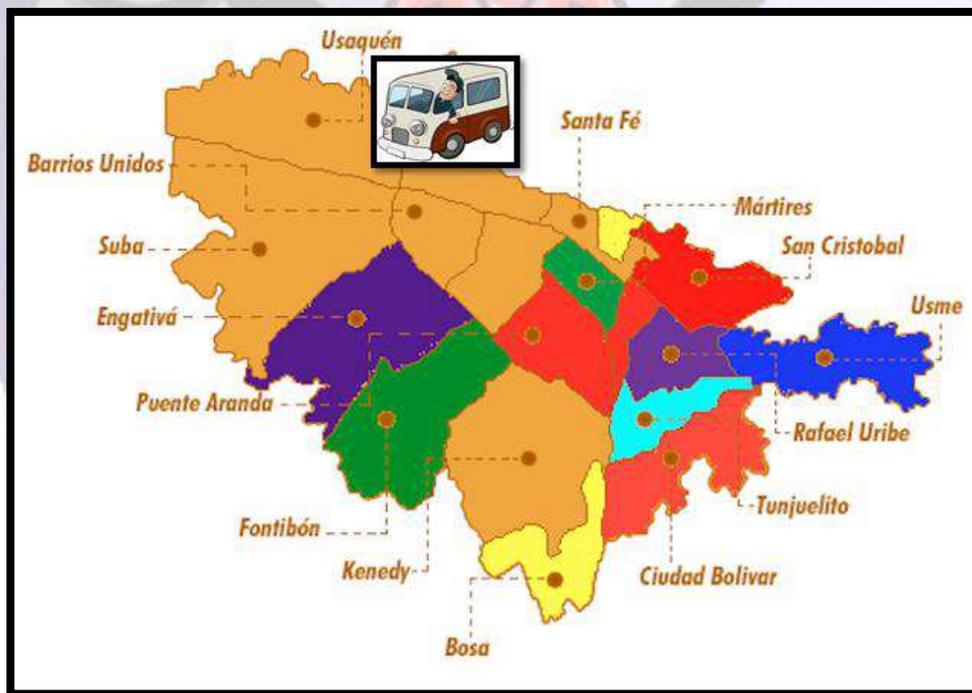
Se escogió Bogotá no solo por ser la capital de Colombia, si no por las oportunidades que se pueden encontrar en la ciudad, de tal manera que para nosotros impulsar nuestra idea de negocio llamada *BlackBeard Barber Truck* en la ciudad es un reto y una oportunidad importante, ya que la competencia en el sector de barberías es bastante amplia y nuestra idea es diferente a las demás barberías porque nos enfocamos en un servicio más personalizado, nos preocupamos por la comodidad de los clientes y llevamos nuestra barbería hasta la puerta de la casa de los clientes para que se sientan más cómodos. Por otro lado, Bogotá cuenta con un sector comercial bastante amplio y por este motivo hace que muchas empresas comercializadoras y con las bases para emprender pueda innovar y crecer de forma rápida prestando productos y servicios de manera efectiva.



Bogotá cuenta con 10.763.453 Habitantes, tiene 20 localidades como los son Usaquén, Chapinero, Santa fe, San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Fontibón, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, Los Mártires, Antonio Nariño, Puente Aranda, La Candelaria, Rafael Uribe Uribe, Ciudad Bolívar y Sumapaz, Bogotá está distribuida por Nororiente, Noroccidente Suroriente, Suroccidente y el centro, *BlackBeard Barber Truck* estará ubicado en el Noroccidente de la ciudad para ser más exactos en la localidad de Usaquén.

Figura 84.

Localización Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia Google Imágenes

También escogimos Bogotá porque cuenta con gran demanda en el comercio de las peluquerías ya que muchas de estas empresas están enfocadas tener pequeños locales de peluquerías y/o salones de belleza en diferentes puntos de la ciudad, en un artículo del tiempo

específico que el número de crecimiento en peluquerías están ubicadas en estratos 2 y 3 en donde hay más demanda de estos locales porque habitan más personas, y este fue uno de los motivos beneficiosos que vimos de la ciudad ya que en los estratos más altos de la ciudad como el 4, 5 y 6 tienen menos locales de peluquerías y/o salones de belleza y preferimos enfocarnos en clientes de todo tipo pero especialmente es clientes que les gusten que sea atendidos de una forma diferente y muchas de estas personas son de este tipo de clases sociales que fueron nombradas anteriormente.

Por último, en Bogotá se especifica según las estadísticas del censo de Servinformación que se recibe más de 293.716 millones de pesos anuales en peluquerías por toda la ciudad, lo cual es considerado como bueno porque muchas de estas peluquerías están establecidas en pequeños locales y en furgones o en otro tipo de transporte como nuestra idea de negocio es muy bajo el tipo de peluquerías ya que se manejan más en tienda física o por domicilio, pero es algo muy poco visto.

Basuras, Desechos Sólidos y Reciclaje en la Ciudad.

Bogotá al contar con una gran cantidad de habitantes y tantas peluquerías en toda la ciudad las personas encargadas de estos locales clasifican el tipo de basuras en donde una de las bolsas es para cabellos, otras para desechos orgánicos con el fin de poder separar y no mezclar el cabello con otros productos y al momento de ser desintegrado su proceso sea mejor, muchos de los cabellos que salen y que están en perfectos estado es donado a pequeñas fundaciones y

empresas que realizan el proceso para la creación de las pelucas para las personas que tienen cáncer o para la venta a futuro en otros establecimientos.

Por otro lado, en Bogotá se han implementado diferentes métodos y usos para mejorar la separación de las basuras y poder reutilizar ya que en muchos lugares se mezclaban todas las basuras hasta formar una bolsa grande y cuando se llegaba el momento reciclar o reutilizar era imposible por tanta mezcla entre las basuras y era mejor quemar todo o depositarlo cerca a la calera o por la salida sur cerca al municipio de Soacha detrás de unas montañas donde actualmente se siguen dejando todos los desechos pero con más orden y las personas pueden reciclar de una forma más segura.

Por último, en Bogotá y en diferentes departamentos de Colombia las basuras y/o desechos sólidos se ha catalogado que el 25% son organizaciones recicladoras y el 30% es catalogado como las personas encargadas de generar este tipo de desechos y aprovechados por muchas de ellas ya sea para vender llevándolo a diferentes lugares de reciclaje o simplemente dándole un uso más efectivo a los desechos y basuras que salen día a día de los diferentes establecimientos o locales de barberías. Con *BlackBeard Barber Truck* se busca mejorar y clasificar las basuras con el fin de poderle dar un buen uso a mucho de esos cabellos que están en buen estado para donar o buscar personas que estén interesadas en darle un buen uso a ese tipo de cabello que salen, también se busca que con productos que están en perfecto estado como lo son botellas o desechables puedan realizar diferentes manualidades ya sea en empresas, institutos fundaciones con el fin de mejorar la calidad de estos reciclajes y mejorando la calidad de vida a nivel nacional y mundial.

11.1.2. Micro localización

¿Porque escogimos la localidad de Usaquén y no otra?

Figura 85.

Barrios Localidad de Usaquén



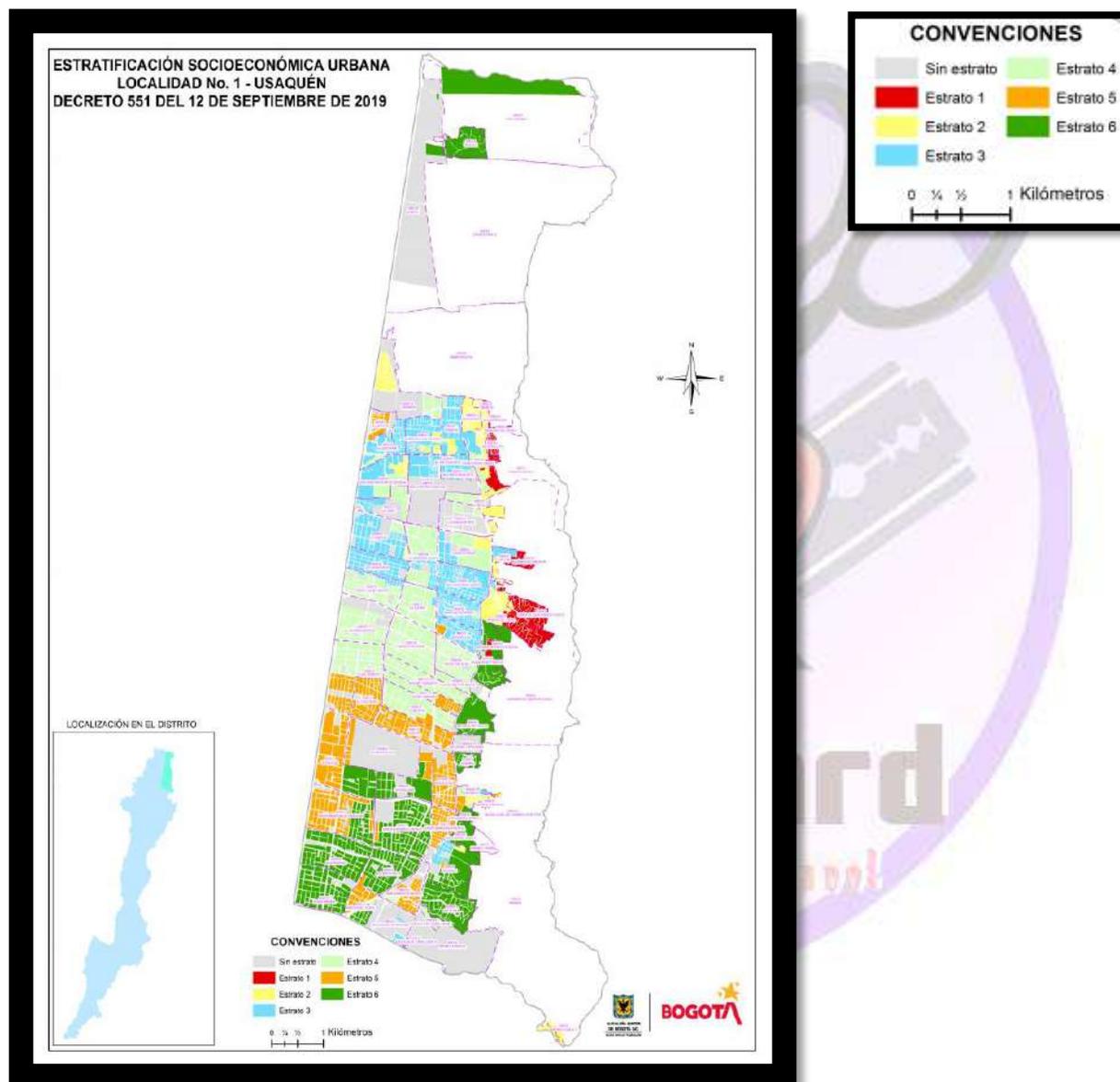
Fuente. Tomado de Google Imágenes

Se escogió la localidad de Usaquén porque es una de las localidades receptoras en donde muchas personas acuden a esta localidad por temas de vivienda, salud, empleo, servicios de educación, comercio, turismo, fauna y flora, entre otras. Usaquén es la primera localidad de la ciudad de Bogotá y es muy visitada por turistas y empresarios no solo por su patrimonio cultural o fauna y flora, si no que visitan esta localidad por lo seguro, los lugares gastronómicos, el poco comercio de calidad y la variedad de edificios y cosas que se pueden realizar en esta zona.

La localidad cuenta con estratos del 1 hasta el 6, de tal manera que, BlackBeard Barber Truck se enfoca en todo tipo de clientes que esté dispuesto a pagar el valor del servicio y/o producto y así poder satisfacer todas las necesidades de los clientes y queden satisfechos con el servicio que se le dará en la puerta de su casa. Por otro lado, el estrato que más habitan los ciudadanos en la localidad de Usaquén es el 3 con un porcentaje del 21.1% de los habitantes ya que en este tipo de zonas se ve la seguridad, el comercio, buena educación, economía en las viviendas, entre otras, otro estrato es el 4 con un porcentaje de 32,3% de los habitantes viviendo en estas zonas no solo por la seguridad si no que tienen el presupuesto adecuado y las viviendas y zonas verdes son más seguras y tranquilas, por último está el estrato 6 con un porcentaje del 24,8% de los habitantes en este tipo de estratos y zonas viven personas con altos estándares en recursos económicos, tienen más seguridad en las viviendas y zonas verdes, la educación es más avanzada, y tienen salud de calidad.

De tal manera que para la barbería visitar este tipo de zonas con los estratos que predominan las clases media y alta favorece a la compañía porque son personas que prefieren un servicio más personalizado y en lo posible en la casa ya que a este tipo de clientes no les gusta desplazarse muy lejos de sus viviendas para buscar una buena barbería y no les gusta esperar tanto tiempo para ser atendidos.

Figura 86.

Estratificación Económica Localidad Usaquén

Fuente. Tomado de POT localidad Usaquén

Rutas que realizara la barbería en Usaquén.

BlackBeard Barber Truck iniciara los recorridos por la localidad de Usaquén a las 8:00am, teniendo en cuenta las reservaciones que se tengan de los clientes por medio de la App de Barber Truck, la idea es iniciar por los barrios cercanos a la oficina principal y así podernos extender por toda la localidad hasta terminar las citas que se tengan con los clientes y de esta manera se va prestando el servicio de barbería en los diferentes puntos de la localidad. Las rutas que se van a manejar son las siguientes:

- La primera ruta que se manejaría seria de Toberín a la Uribe después al barrio el Verbenal y por último al paseo de los libertadores.
- La segunda ruta iniciaría desde Toberín a san Cristóbal norte, luego nos desplazaríamos hasta los cedros de la localidad de Usaquén.
- La tercera ruta iniciará en Toberín, luego se visitará los cedros, se visitará el barrio Country Club, por último, la Hacienda santa bárbara.

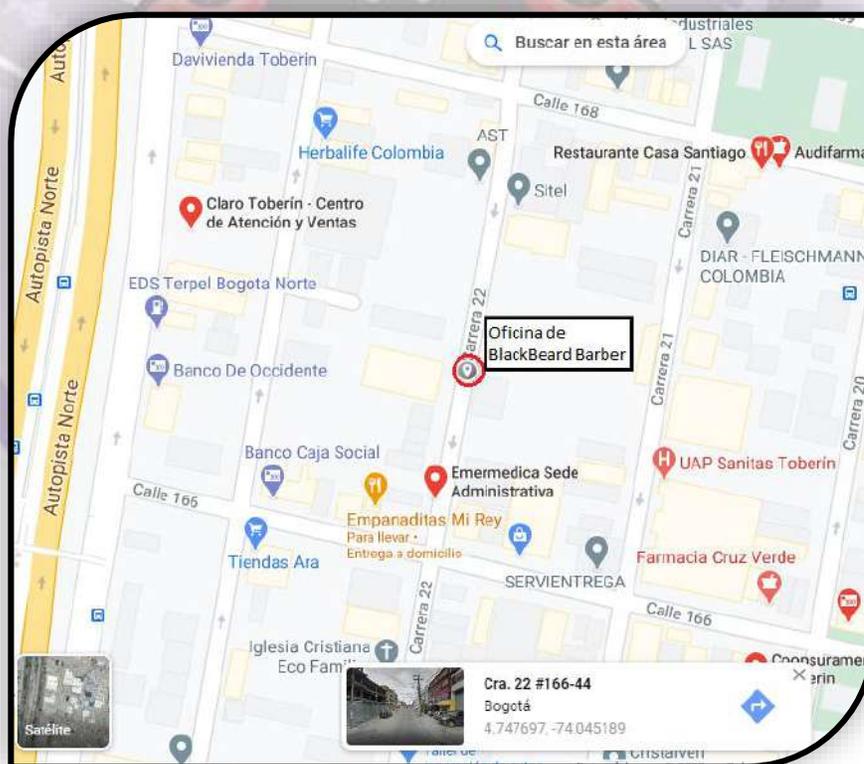
Ubicación y descripción de la oficina BlackBeard Barber Truck

BlackBeard Barber Truck estará ubicado en el barrio Toberín de la localidad de Usaquén, se escogió este barrio porque en esta zona segura y comercial, los arriendos son económicos y es un buen punto para ubicar la oficina ya que desde esta zona las rutas que iniciaremos en el día tendrán un mejor orden y desplazamiento en toda la localidad de Usaquén y localidades cercanas a esta.

Por otro lado, la oficina estará ubicada entre la calle 168 y calle 166 con carrera 22 cerca de la autopista norte para mejor desplazamiento al momento de salir a realizar las rutas, la oficina tendrá un arriendo de \$1.000.000 de pesos, y será en una casa de dos pisos el cual en el segundo piso estarán ubicadas las oficinas y en el primer piso será el parqueadero para guardar el furgón con el que se realizarán los recorridos diarios y estarán los implementos necesarios que se utilizarán al momento de atender a los clientes.

Figura 87.

Ubicación de Oficina Blackbeard



Fuente. Elaboración propia con Google Maps

11.2. Requerimientos de Inversión

Tabla 25.

Costo de Inversión Blackbeard Barber Truck

INVERSION PROYECTO BLACKBEARD				
GASTOS ADMINISTRATIVOS DE CONSTITUCION				
Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
1	Constitución de Sociedad	\$	34.000	\$ 34.000
1	Derechos de registro	\$	36.000	\$ 36.000
1	Impuesto Cámara de comercio	\$	690.645	\$ 690.645
1	Matricula persona jurídica	\$	131.000	\$ 131.000
1	Formulario de registro mercantil	\$	4.500	\$ 4.500
1	Inscripción de libros	\$	12.000	\$ 12.000
1	Otros Gastos No estipulados	\$	300.000	\$ 300.000
Total		\$		1.208.145
MATERIALES DE PLANTA				
Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
1	Guías de Corte x 8 piezas	\$	45.600	\$ 45.600
1	Soporte De Maquinas De Barberia X 4	\$	131.250	\$ 131.250
2	Atomizador Aluminio Pro. X 300ml.	\$	7.400	\$ 14.800
2	Barbera Delux Pro	\$	6.500	\$ 13.000
2	Base Plástica para Brocha	\$	11.500	\$ 23.000
2	Mandil Pro para Barberia	\$	16.500	\$ 33.000
2	Estuche porta tijeras	\$	15.000	\$ 30.000
2	Set de Cepillos Térmicos X 4	\$	73.250	\$ 146.500
2	Bowl Plástico para mezclar Tintes	\$	9.900	\$ 19.800
2	Máquina para Afeitar nt-cx pro 10000v	\$	200.000	\$ 400.000
2	Secador Profesional nt-t3 premium 3600	\$	199.000	\$ 398.000
2	Camisa Antifluido Manga Larga Barbero	\$	66.000	\$ 132.000
2	Plancha Cabello	\$	150.000	\$ 300.000
2	Plancha Cabello	\$	150.000	\$ 300.000
Total		\$		1.986.950
MOBILIARIO BARBERIA				
Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
2	Sillas Barberia Equalizable	\$	1.280.000	\$ 2.560.000
2	Tocador con poceta equalizable	\$	3.024.000	\$ 6.048.000
2	Butaco de Manicura y Pedicura	\$	247.000	\$ 494.000
1	Silla de Espera - Sofá de dos puestos	\$	1.140.000	\$ 1.140.000
1	Recepción - Estructura en Madera	\$	1.010.000	\$ 1.010.000
1	Butaco Recepción	\$	242.100	\$ 242.100
1	Vitrina de Exhibición Productos	\$	723.000	\$ 723.000
Total		\$		12.217.100

Cantidad		OFICINA ADMINISTRATIVA		
		Valor Unitario	Valor Total	
3	Mesas de trabajo/escritorios	\$ 740.700	\$	2.222.100
2	Silla de oficina	\$ 178.000	\$	356.000
3	Silla ejecutiva	\$ 320.900	\$	962.700
2	Armario metálico de archivo	\$ 1.403.800	\$	2.807.600
2	Casilleros metálicos	\$ 974.000	\$	1.948.000
5	Estantería metálica para productos	\$ 350.000	\$	1.750.000
Total	\$			10.046.400
		SUMINISTROS		
		Valor Unitario	Valor Total	
3	Cosedora	\$ 6.000	\$	18.000
12	Legajador AZ	\$ 24.000	\$	288.000
12	Esferos	\$ 10.000	\$	120.000
20	Hojas carta y oficio	\$ 27.980	\$	559.600
6	Carpetas plásticas tamaño carta	\$ 20.700	\$	124.200
3	Perforadora	\$ 4.500	\$	13.500
3	Tijeras	\$ 1.300	\$	3.900
3	Jabón de manos	\$ 5.900	\$	17.700
3	Gel antimaterial	\$ 18.000	\$	54.000
Total	\$			10.046.400
		TECNOLOGIA		
		Valor Unitario	Valor Total	
2	Computador de mesa	\$ 2.398.000	\$	4.796.000
1	Impresora	\$ 569.900	\$	569.900
1	Televisor	\$ 1.399.000	\$	1.399.000
1	Teléfono fijo	\$ 140.000	\$	140.000
Total	\$			6.904.900
Total Oficina	\$			18.150.200
Cantidad		FURGON Y PROYECTO		
		Valor Unitario	Valor Total	
1	FURGON HINO Dutro Hibrido 5,5	\$ 45.000.000	\$	45.000.000
1	Proyecto y Adecuación Barber Truck	\$ 25.000.000	\$	25.000.000
Total	\$			70.000.000
Cantidad		TOTAL INVERSION		
		Valor Unitario	Valor Total	
1	MATERIALES DE PLANTA	\$ 1.986.950	\$	1.986.950
1	MOBILIARIO BARBERIA	\$ 12.217.100	\$	12.217.100
1	OFICINA ADMINISTRATIVA	\$ 18.150.200	\$	18.150.200
1	FURGON Y PROYECTO	\$ 70.000.000	\$	70.000.000
2	MATERIALES INSUMOS X BARBERO	\$ 4.811.950	\$	9.623.900
1	COMPRA DE PRODUCTOS PARA VENTA	\$ 3.670.800	\$	3.670.800
1	GASTOS ADMINISTRATIVOS DE CONSTITUCION	\$ 1.164.784	\$	1.164.784
TOTAL DE INVERSIÓN		\$	\$	116.813.734

11.3. Planos de Barber Truck

Planos de Oficina

Plano interno de la oficina BlackBeard Barber Truck

Considerando que BlackBeard Barber Truck estará situado en toda la localidad de Usaqué y la oficina principal estará ubicado en el barrio Toberín, el cual en este espacio se realizaran procesos administrativos y logísticos, allí llegarán los trabajadores para realizar el recorrido correspondiente del día, también será un lugar en donde se realizarán entrevistas con poca frecuencia, se llevará el archivo del personal que trabajara con nosotros, se tendrán bodegas en donde se guardaran los implementos y productos necesarios que traerán los proveedores, en el primer piso estará ubicado el parqueadero para guardar el furgón. Por otra parte, las oficinas de BlackBeard Barber Truck estará ubicado en una casa de 2 pisos, en donde cuenta con:

- **Primer piso:**

Estará ubicado el parqueadero en donde se guardará el furgón en las noches y cuando no se encuentre en servicio por las rutas establecidas de la localidad.

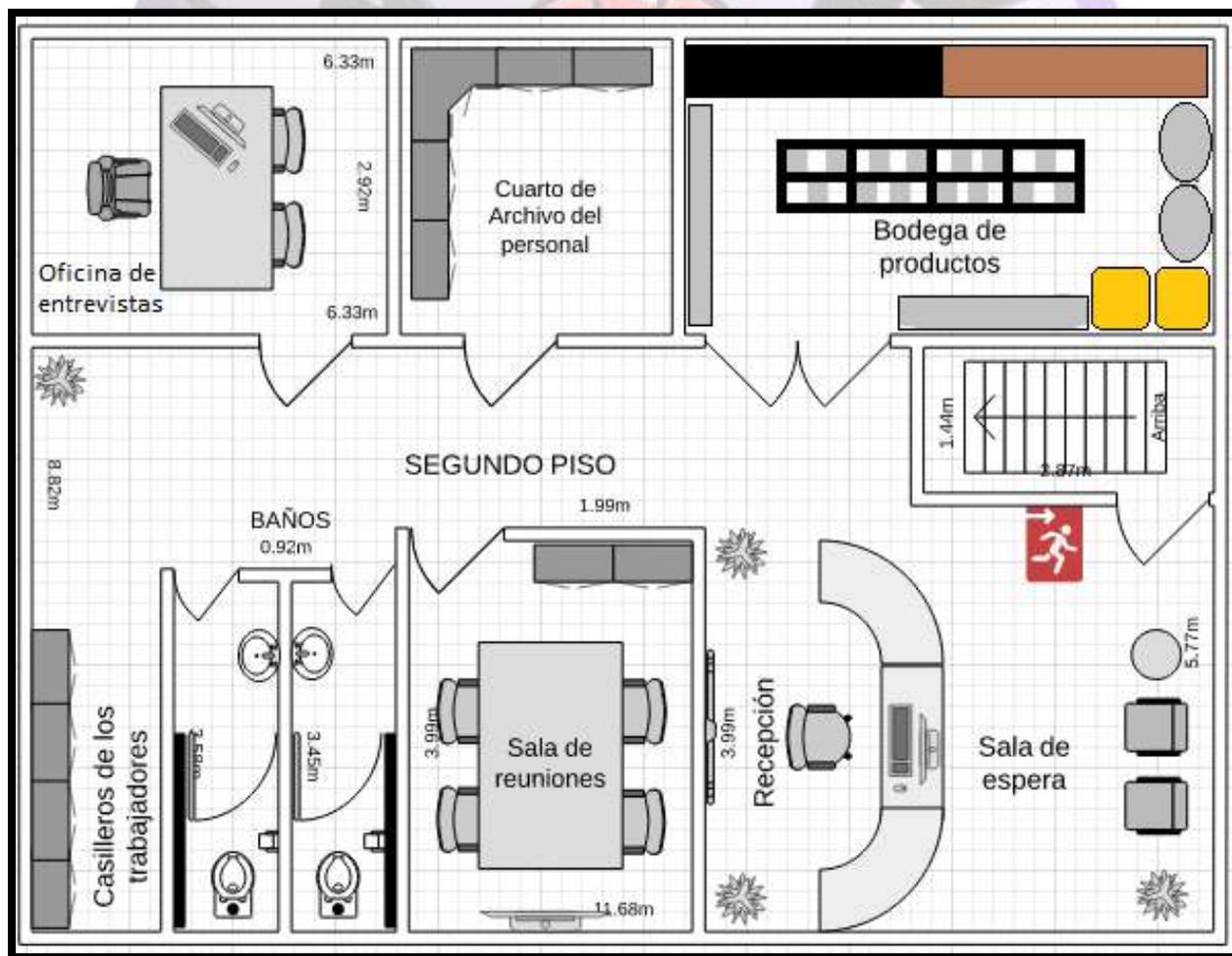
- **Segundo piso:**

Cuenta con una recepción pequeña y una sala de espera para las personas que llegan a visitar las instalaciones o van a entrevistas, tendrá una bodega de productos inventariados que serán despachados en los furgones al momento de realizar los servicios y ventas Online. Tendrá una oficina y una sala de juntas para realizar entrevistas y reuniones, cuenta con dos baños uno para damas y el otro baño para caballeros, tendrá un cuarto de archivo con la documentación del personal que trabajara en la empresa en donde se tendrán en carpetas ordenadamente las

afiliaciones, hojas de vida, descargos, felicitaciones por escrito de los trabajadores, exámenes médicos, evaluaciones de desempeño, capacitaciones, entre otros y también habrá documentación de la empresa como el Rut, cámara de comercio, archivo de inventarios de los productos y suministros administrativos y por ultimo cuenta con un espacio de casilleros para que los trabajadores puedan guardar sus objetos personales sin tener pérdidas cuando se encuentren en los recorridos por la localidad.

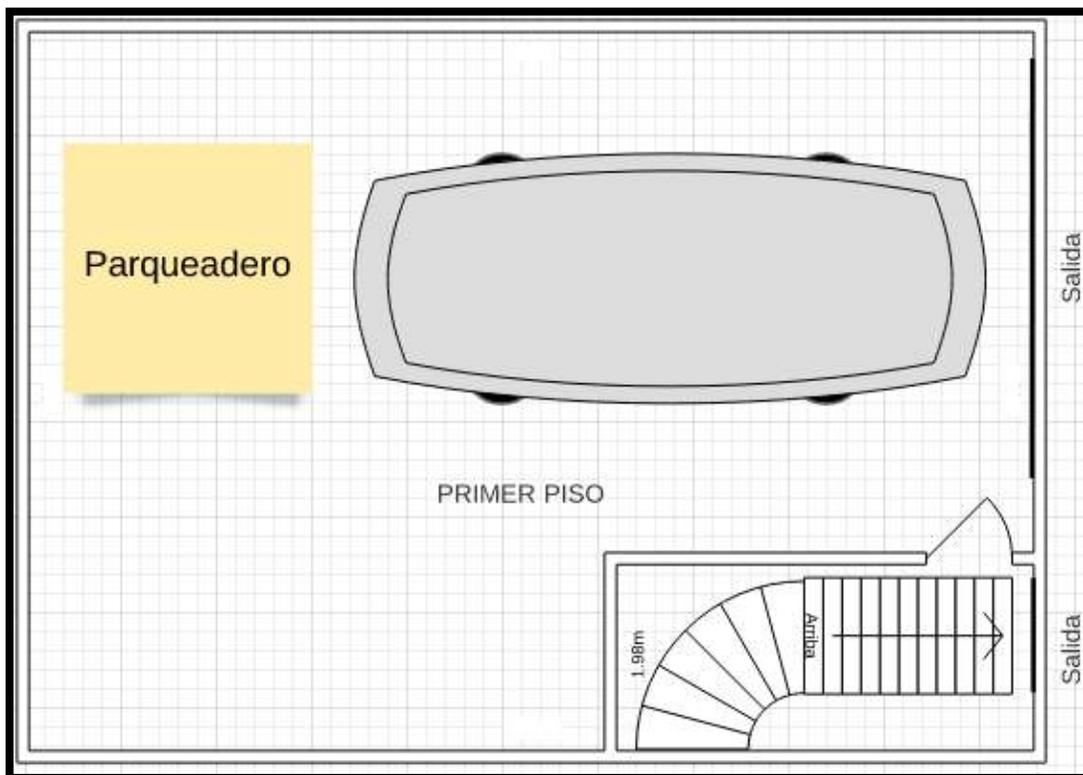
Figura 88.

Plano Oficina Administrativa



Fuente. Elaboración Propia con Lucidchart

Figura 89.

Parqueadero de la Oficina para Furgón

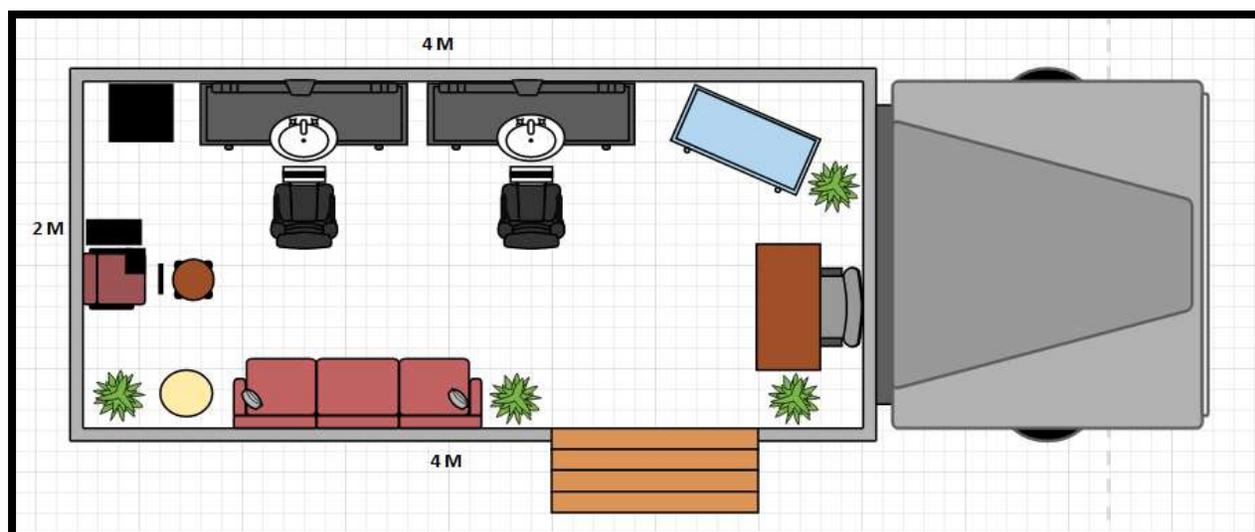
Fuente. Elaboración Propia con Lucidchart

Diseño Interno y externo de la Barbería Móvil Blackbeard

El diseño interno de la Blackbeard Barber truck estará compuesta por dos módulos de Barbería una recepción una sala de espera y una vitrina de exhibición para los productos. También se contará con un mobiliario de sillas y mesas para su respectiva ubicación fuera de la Barber Truck A continuación, se comparte un link de presentación externa de la Barber truck creada con el programa de diseño LUMION.

Link de Diseño Blackbeard: <https://www.youtube.com/watch?v=hgSxydpsOEY>

Figura 90.

Plano Interno Barberia Blackbeard Barber Truck

Fuente. Elaboración Propia con Lucidchart

Figura 91.

Diseño Externo de la Barberia Blackbeard

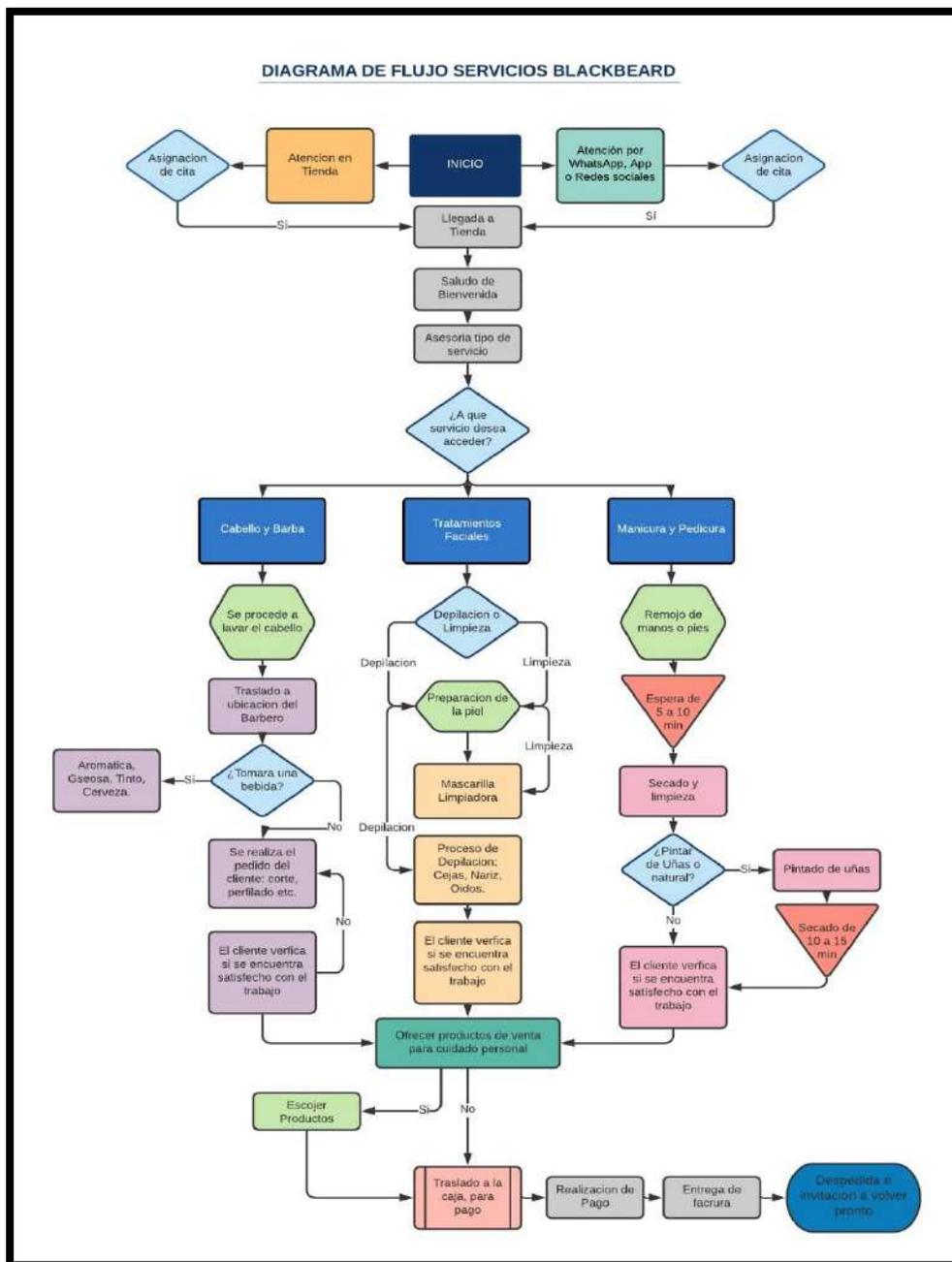
Fuente. Elaboración Propia con LUMION

11.4. Ingeniería del Proyecto

1.4.1. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la prestación del servicio?

Tabla 26.

Diagrama de Flujo de servicio de Blackbeard Barber Truck



Fuente. Elaboración Propia con Lucidchart

1.4.2. ¿Qué materias primas e insumos necesita para la prestación del servicio?

Tabla 27.

Materia prima e insumos Corte de Cabello y Barba

CORTE DE CABELLO Y AFEITADO Y PERFILADO DE BARBA
Tijeras Star Pro
Cuchillas x 20
Set de Peines x 10 Piezas
Talco Corporal Barberia 700gr
Toallas para Secar
Shampoo 380 ml
Cera moldeadora
Brocha de Afeitar
Capa en Fibra
Rollo Protector de cuello x 100
Tinte Semipermanente Biguen
Kit Minoxidil
Loción para Barba

Fuente. Elaboración propia Excel

Tabla 28.

Materia prima e insumos Tratamiento Facial

TRATAMIENTO FACIAL
Capa en Fibra
Exfoliante Café Colombiano Cocoa
Exfoliante Facial -Black Mask
Paleta Aplicadora Mascarilla x 10
Toallas para Secar
Cera depilatoria Elastica Perlas
Depilador De Hilo
Hilo para Depilar
Pañitos Humedos
Aceites Esenciales Aromaterapia
Agua Floral Organica de Menta
Parches de hidrogel granada roja x 30
Serum Facial Día Rejuvenecedor

Fuente. Elaboración propia Excel

Tabla 29.

Materia prima e insumos Manicura y pedicura

MANICURA Y PEDICURA
Removedor de Uñas
Removedor de Cutícula
Palos de Naranja x10
Lima Profesional Paquete x 10
Cepillo de uñas
Aceite Humectante
Aceite regenerador de cutícula
Crema para Pies con Aceite de Coco
Exfoliante para manos y pies MAE
Crema Humectante 100% Vegetal
Pusher
Bloque 3 usos
Corta Uñas
Toallas para Secar
Esmalte Brillo Secante
Raspa callos
Corta cutícula

Fuente. Elaboración propia Excel

Tabla 30.

Materia prima e insumos generales

MATERIALES DE PLANTA
Guías de Corte x 8 piezas
Soporte De Maquinas De Barberia X 4
Atomizador Aluminio Pro. X 300ml.
Barbera Delux Pro
Base Plástica para Brocha
Mandil Pro para Barberia
Estuche porta tijeras
Set de Cepillos Térmicos X 4
Bowl Plástico para mezclar Tintes
Máquina para Afeitar nt-cx pro 10000v
Secador Profesional nt-t3 premium 3600
Camisa Antifluido Manga Larga Barbero
Plancha Cabello

Fuente. Elaboración propia Excel

11.5. Tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción

Tabla 31.

Tabla de requerimientos

Actividad	Tiempo estimado de realización - limpieza y organización		Cargos Participantes	N.º Personas que Intervienen	Capacidad de producción por maquina	Equipos Utilizados
	Minutos	Horas				
Corte de cabello	40	1 hora	Administradores, Barberos	5	El rendimiento por día es de 3 horas para un total de 3 servicios. Para un total mensual de 84 servicios para 26 días.	Secadores, Cortadoras de cabello
Afeitado y perfilado de Barba	40	1 hora	Administradores, Barberos	5	El rendimiento por día es de 2 horas para un total de 2 servicios. Para un total mensual de 52 servicios para 26 días.	Secadores, Cortadoras de Barba y perfiladora
Tratamientos Faciales	40	1 hora	Administradores, Barberos	5	El rendimiento por día es de 2 horas para un total de 2 servicios. Para un total mensual de 55 servicios para 26 días.	Vaporizador, extractor de impurezas
Manicura y Pedicura	40	1 hora	Administradores, Barberos	5	El rendimiento por día es de 1 hora para un total de 1 servicios. Para un total mensual de 17 servicios para 26 días.	Masajeador
Total de 208 servicios por Barbero						

Fuente. Elaboración propia

12. Ficha técnica

Tabla 32.

Ficha Técnica

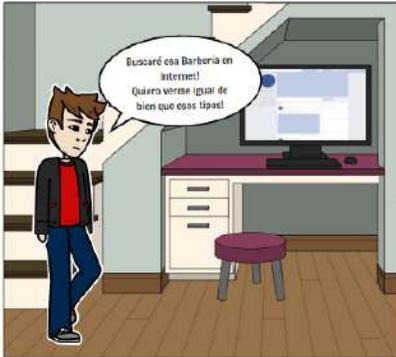
	Black Beard Barber Truck		
	BBTK-047	VERSIÓN 1	16 de noviembre de 2020
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
<p>Black Beard Barber Truck, es una empresa que ofrecerá servicios profesionales de Barbería buscamos mejorar la experiencia de nuestros clientes ofreciéndoles variedades en cortes, productos y todo lo necesario para que se sientan satisfechos, ofreciendo atención personalizada y al alcance de su bolsillo, teniendo en cuenta todos los protocolos de seguridad, brindando comodidad en todo el proceso de corte o tratamiento que desee realizar y de esta manera vamos hasta la puerta de la casa de los clientes con el fin de realizar el servicio con más comodidad y tranquilidad para ellos ya que por medio de nuestra app móvil agendan su cita con fecha y hora para que nosotros nos podamos desplazar y cuadrar las rutas de todos los clientes cercanos al sector que nos piden los clientes.</p>			
B. OBJETIVO			
<p>Darnos a conocer por medio de nuestros servicios a domicilio y personalizado en la puerta de su casa, con precios asequibles a todo tipo de clientes, y queremos ser reconocidos a nivel Bogotá, nacional e internacional.</p>			
C. METODOLOGIA			
<p>Por medio de nuestra App móvil de Barber Truck los clientes pueden agendar su cita colocando la dirección ya sea de la casa o del lugar donde quieran que vayamos a realizar el servicio, pueden cuadrar la fecha, hora, tipo de corte, productos faciales o para el cabello que deseen, entre otros, con el fin de que los clientes tengan un servicio más personalizado y garantizado con los mejores precios ofrecidos por la página y descuentos.</p>			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Descargar la App móvil. 2. Registrarse 3. Agregar datos personales 4. Agendar la cita 5. Recibir el servicio. 6. Pagar. 7. Comprar los productos faciales y/o del cabello y barba 			

D. DURACION	
Teniendo en cuenta el portafolio de servicios, se demora el barbero de 30 a 40 minutos por persona, el portafolio de servicio incluye cabello (lavado + rapado, corte + lavado + peinado), Barba (recorte + perfilado + tratamiento de barba) (recorte + perfilado + tratamiento de barba + cejas) (recorte, perfilado tinte) (Afeitado + mascarilla BlackMask + cejas), facial (Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Masaje Relajante) (Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Depilación y perfilado de Cejas) (Exfoliación + Mascarilla BlackMask + Hidratación + Depilación Oídos y Nariz) (Mascarilla BlackMask + Depilación y perfilado de Cejas + Depilación Oídos y Nariz), manicura y pedicura (Embelllecimiento de manos y pies completa + Exfoliación de menta + Masaje Relajante)	
E. ENTREGABLES	
Se les entrega a los clientes recordatorios como: reservaciones, llaveros, camisetas, pocillos, manillas, folletos, esferos Entre otros con el fin de que los clientes al ver a futuro o de forma seguida los recordatorios entregados por los barberos, nos recuerdan con más frecuencia por ser una Barbería de calidad en productos y servicios, en donde nos llaman o agendan su cita con frecuencia ya que conocen nuestro trabajo.	
G. PERFIL DEL CLIENTE	
Nuestra barbería va dirigida a hombres entre edades de 18 a los 60 años, que necesiten asesoría a la hora de encontrar su propio estilo, ya sean estudiantes, trabajadores, personas adultas, todo tipo de clientes interesados en nuestro servicio.	
G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO	
<p>Barberos - Bachiller - Técnicos o Profesionales en cortes de cabello y barba, cursos extra, idiomas, experiencia laboral de 1 año. Tipo de contrato: Termina indefinido Salario: 1 SMMLV. Funciones: Sera un hombre con conocimientos en Barbería, para proporcionar servicios de barbering, como cortar, champú, y moldear el cabello, recortar la barba, o dar afeitados. También estará especializado en aromaterapia, masajes y técnicas faciales. Sera una mujer, con conocimientos de peluquería, barbería, manicura, pedicura. También cumplirá la función de asesorar a la clientela sobre los servicios y/o posibles cambios en su imagen personal.</p>	
Firma del responsable del servicio:	
Nombre del responsable del servicio	Daniela Alejandra Ramírez D
	 Firma

13. Lanzamiento Producto Mínimo Viable

Figura 92.

Storyboard BlackBeard Barber Truck

<p>¿Que problema estas tratando de resolver?</p>	<p>¿Quién es tu público objetivo?</p>	<p>¿Cómo resolverás este problema?</p>
 <p>mm..Estoy Cansado! Pero..Debo arreglar mi imagen personal, en especial mi cabello! Tengo una reunión!</p>	 <p>Que buen estilo tienen! En realidad si necesito un cambio de look con mi cabello!</p> <p>!Es una nueva barberia! Se llama BLACKBEARD es una BARBER TRUCK!</p> <p>Te queda genial ese nuevo corte! ¿A que lugar fuiste?</p> <p>Y lo mejor es que es especial solo para nosotros los Hombres.</p> <p>Serial</p>	 <p>Buscaré con Barboria en internet! Quiero verme igual de bien que esos tipos!</p>
<p>La necesidad presente, es el cuidado y presentación personal, que son preocupaciones importantes para los hombres, con lo cual, día a día la demanda de estos servicios aumenta y requiere atención especializada para el público masculino.</p>	<p>Hombres entre los 18 y 50 años que buscan cuidar su imagen personal, perteneciente a la clase socioeconómica media y alta, que viven e trabajan en la localidad de Usaquén. Hombres que buscan verse y sentirse diferentes, con el toque clásico de una Barbería que ofrece productos y servicios para el cuidado personal, dedicados solo a ellos.</p>	<p>Blackbeard estará ubicado en la localidad de Usaquén en la ciudad de Bogotá, atenderá en un remoque el cual cubrirá los servicios a su alrededor.</p>
<p>¿Cómo resolverás este problema?</p>	<p>¿Cual es el primer paso?</p>	<p>¿Cual es el primer paso?</p>
 <p>Pueden venir a mi casa!!!</p> <p>Genial!</p> <p>Asignare una cita para las 4 pm.</p>	 <p>Oh es cierto! Llegaron muy simpáticos!</p> <p>Claro que sí!</p> <p>¡Hola Andres! Como estas? Sigue Por favor. Hoy seras atendido como un Rey!</p>	 <p>Nosotros brindamos asesoría personalizada para que encuentres el mejor look de acuerdo a tus necesidades.</p> <p>Me gustan sus instalaciones y su atención es Excelente!</p> <p>Quiero una gasaca por favor.</p> <p>Seguiré con esta barberia tiene un servicio y productos excelentes.</p> <p>Deseo Deber algo?</p> <p>Con mucho gusto!</p>
<p>Cuenta con una app en la cual se hará el registro y la solicitud del servicio, mostrará el precio y disponibilidad de horario, también encontrará un catálogo de los productos y servicios disponibles.</p>	<p>Blackbeard lo atenderá en la puerta de su casa e lugar que lo solicite.</p>	<p>Excelente atención al cliente, Ofertas y Promociones, Asesoría personalizada por profesionales, Uso de productos naturales y biodegradables, amigables con el medio ambiente. Protocolos de Bioseguridad y mayor seguridad evitando la exposición.</p>

Fuente. Elaboración Propia en Storyboard Creator





ANEXOS

Lista de Anexos

1. Anexo I – Encuesta de Investigación de Mercado
2. Anexo II – Portafolio de Servicios Blackbeard Barber Truck
3. Anexo III. -Catálogo de Productos



ANEXO 1.**Encuesta**

1. Usted en qué rango de edad se encuentra *

- Menor de 18 años
- Entre 18 y 30 años
- Entre 31 y 50 años
- Entre 51 años en adelante

2. ¿A qué se dedica? *

- Solo Estudia
- Solo Trabaja
- Estudia y Trabaja

3. ¿Con qué frecuencia va a la Barbería? *

- 1 vez por semana
- Cada 15 días
- Cada mes
- Cada 2 meses
- Menos frecuente



4. ¿Qué servicios utiliza? (Puede seleccionar una o más opciones) *

- Corte de cabello
- Manicura y Pedicura.
- Perfilamiento de Barba
- Afeitado
- Limpieza Facial
- Depilación (cejas, nariz, oídos)

5. ¿Considera que Ir a la peluquería o barbería es para usted? *

- Una necesidad
- Una Obligación
- Un entretenimiento

6. ¿Cuánto suele gastar cada vez que va a la peluquería o Barbería? *

- 15 mil pesos o menos
- Entre 16 mil y 30 mil pesos
- Entre 30 mil y 50 mil pesos
- Más de 50 mil pesos

7. ¿Va a la misma Barbería siempre que lo requiere? o ¿Suele ir a distintas? *

- Siempre a la misma
- Prefiero ir a distintas

8. Estaría dispuesto a cambiar de barbería para probar un servicio diferente en atención y corte?

*

- Si
- No

9. ¿Porque escogería otra? (Puede seleccionar una o más opciones) *

- Es nueva y su local es impresionante
- Recibe un trato Excelente
- El precio es justo de acuerdo a cada servicio
- Es posible comer y beber algo
- Buen trabajo y me recomiendan el lugar
- Posible servicio a Domicilio
- Otro motivo

10. ¿Es indispensable que una Barbería o peluquería tenga? *

- Un buen Barbero
- Periódicos o revistas, tv, música
- Está cerca a mi casa
- Asientos cómodos, Buena Iluminación
- Orden y Limpieza
- Productos de calidad

11. ¿Cuánto es la espera promedio para la atención?

- Menos de 10 minutos
- Entre 10 y 20 minutos
- Entre 20 y 30 minutos
- Mas de 30 minutos

12. ¿Qué días acostumbra ir a la Peluquería o Barbería? *

- Lunes o Martes
- Miércoles o Jueves
- Viernes o Sabado
- Domingo

13. ¿En qué horario acostumbra ir a la Peluquería o Barbería? *

- 8 am - 11 am
- 11 am a 2 pm
- 2 pm - 5 pm
- 5 pm - 8 pm



14. ¿Con quién va a la Barbería o Peluquería? *

- Familiares
- Amigos
- Solo

15. ¿Cómo conoció la Peluquería o Barbería que actualmente frecuenta? *

- Redes Sociales (Facebook, Instagram) o Aviso en Internet
- Escuche en la radio o tv
- Porque la vi, y me llamo la atención
- Leí un volante o aviso Impreso
- Por una Promoción
- Me llevo un familiar o Amigo
- Me lo recomendaron

16. Si va a una peluquería o Barbería Nueva y le gusta ¿La recomendaría? *

- Si
- No

17. En caso de que se premie la recomendación, preferiría que: (Puede seleccionar una o más opciones) *

- Igual No lo recomendaría
- Me inviten un Snack (sándwich, galletas, bebidas, etc.)
- Acumular puntos redimibles por productos
- Recibir 2x1 si viene con el recomendado
- Recibir descuentos en la próxima visita
- Regalos promocionales: Llaveros, calendarios, libretas, esferos, etc.

18. ¿Le gustaría que le envíen avisos de promociones semanales a su celular? *

- Sí
- No

19. ¿Cómo le gustaría recibir el aviso de promociones? (Puede seleccionar una o más opciones) *

- No estoy interesado
- Mensaje de Texto/ Llamada a Celular
- Verlo por televisión
- Facebook / Redes Sociales
- WhatsApp
- Correo Electrónico

20. ¿Compraría productos para su cuidado personal? (Cabello, Barba, Rostro) *

- Sí
- No

21. ¿Qué productos estaría Dispuesto a Comprar? *

- Shampoo o Acondicionador para cuidado capilar
- Bálsamos o Tónicos para el cuidado de la Barba
- Mascarillas o productos para el cuidado de la Piel

22. Si pudiera agendar su cita y recibir el servicio de Barbería o Peluquería en la puerta de su casa, manteniendo los precios estándar del mercado. ¿Qué opinaría usted? *

- ¡Genial! Me gustaría Probarlo
- Suena Bien
- No estoy interesado

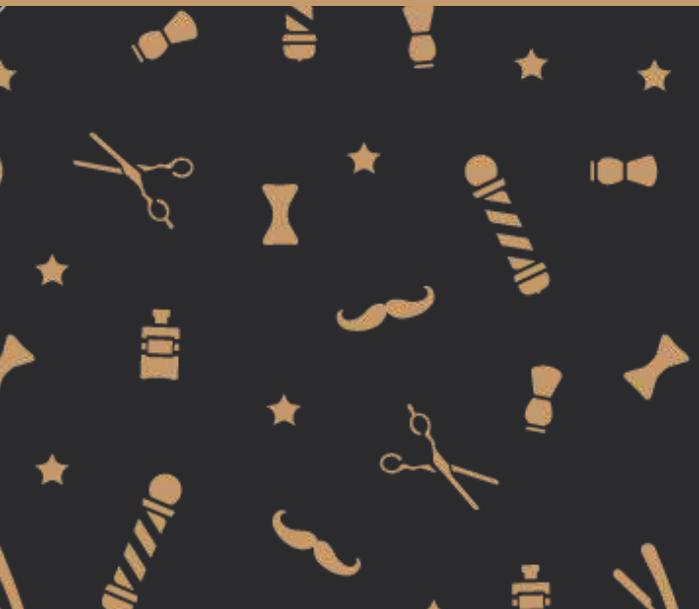
Muchas Gracias por Su Colaboración

Blackbeard

¡ESTILO, EL PODER DE TU LADO!



**¡La Elegancia es la
Única Belleza que
nunca se Marchita!**



Visítanos

Bogotá D.C. - Usaquén

Agenda Tu Cita
(+57) 311 234 11 77



@Blackbeard7



@blackbeard_truck

www.blackbeardbarbertr.wixsite.com/misitio



*BlackBeard
Barber
Truck*

¡ESTILO, EL PODER DE TU LADO!

Quiénes somos

Rescatamos el arte de las antiguas barberías y la experiencia que en ellas se vivía, servicios de altos estándares de calidad e higiene, y los mejores productos de shaving.

Aquí encontrarás ese espacio que han perdido los hombres, donde cortar el pelo y afeitarse se convierten en una terapia de amigos y relajación, más que en un hábito.

Sillas de barbero, espuma, toalla caliente y navaja.



Nuestros Servicios

CABELLO

\$ 34.000

Rapado + Lavado
Corte + Lavado + Peinado

BARBA

\$ 33.000

Recorte + Perfilado + Tratamiento Barba
Recorte + Perfilado + Tratamiento Barba + Cejas
Recorte + Perfilado + Tinte
Afeitado + Mascarilla BlackMask + Cejas

FACIAL

\$ 50.000

Exfoliación + Mascarilla BlackMask +
Hidratación + Masaje Relajante

Exfoliación + Mascarilla BlackMask +
Hidratación + Depilación y perfilado de
Cejas

Exfoliación + Mascarilla BlackMask +
Hidratación + Depilación Oídos y Nariz

Mascarilla BlackMask + Depilación y
perfilado de Cejas + Depilación Oídos y
Nariz

MANICURA Y PEDICURA

\$ 40.000

Embellecimiento de manos y pies
completa + Exfoliación de menta + Masaje
Relajante.

¡Vive la Experiencia Barber Truck!





CATÀLOGO DE PRODUCTOS BARBER



MAE SELVA

CATÀLOGO DE PRODUCTOS

EXFOLIANTE DE CAFÉ COLOMBIANO - MENTA

REDUCE LA INFLAMACIÓN, LOS OJOS HINCHADOS Y LAS OJERAS. ESTÁ LLENO DE ANTIOXIDANTES Y NUTRIENTES. EXFOLIA DE UNA FORMA SUAVE, HUMECTA Y REAFIRMA REMUEVE LAS CÉLULAS MUERTAS DÁNDOLE BRILLO Y VITALIDAD A TU PIEL



MASCARILLA HIDRATANTE FACIAL - BARRO

INCREDIBLE MASCARILLA DE AVENA, BARRO Y MIEL, ENTRE OTROS INGREDIENTES, PARA QUE HIDRATES Y NUTRAS TU PIEL, EVITES IRRITACIONES, LA LIMPIES, RENUEVES Y FORTALEZCAS AUMENTANDO LA PRODUCCIÓN DEL COLÁGENO Y LA ELASTINA DE LA PIEL.

MASCARILLA ASTRINGENTE DE BARRO

MASCARILLA DE BARRO DE FORMA FRECUENTE PREVIENE LOS BROTES. ÉSTA REMOVERÁ Y ABSORBERÁ LAS IMPUREZAS DE LOS POROS EVITANDO QUE SE TAPONEN PARA QUE NO SE PRODUZCA EL TEMIDO ACNÉ.



MAE selva



EMZAC NATURAL

CATÀLOGO DE PRODUCTOS

SHAMPOO 100% VEGETAL - ALOE VERA HIDRATANTE

EL EXTRACTO DE ALOE VERA HIDRATA EL CABELLO EN PROFUNDIDAD. EL ACEITE ESENCIAL DE ALBAHACA AYUDA A LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS OXIDANTES DE LA POLUCIÓN. LAS PROTEÍNAS DE TRIGO LE DEVUELVEN SU BRILLO NATURAL. FÓRMULA DE ORIGEN 100% VEGETAL ES COMPLETAMENTE INOCUA PARA TU SALUD.

CREMA HUMECTANTE 100% VEGETAL - PRACAXÍ

EL ACEITE DE PRACAXÍ HIDRATA TU PIEL Y FAVORECE LA RENOVACIÓN CELULAR. EL ACEITE DE ALMENDRAS DULCES Y EL ACEITE DE SÉSAMO NUTREN Y PROTEGEN TU PIEL. EL EXTRACTO DE CALÉNDULA ALIVIA TU PIEL GRACIAS A SU EFECTO ANTI INFLAMATORIO RECONOCIDO. ENRIQUECIDA CON VITAMINA E NATURAL, QUE PREVIENE EL ENVEJECIMIENTO CUTÁNEO. FÓRMULA DE ORIGEN 100% NATURAL COMPLETAMENTE INOCUA PARA TU SALUD.

SHAMPOO 100% VEGETAL - ROMERO ESTIMULANTE

EL ACEITE ESENCIAL DE ROMERO ESTIMULA EL CUERO CABELLUDO. EL COMPLEJO DE EXTRACTOS NATURALES DE CALÉNDULA Y SALVIA REGULA LA ACTIVIDAD DEL CUERO CABELLUDO. LAS PROTEÍNAS DE TRIGO LE DEVUELVEN SU BRILLO NATURAL. FÓRMULA DE ORIGEN 100% VEGETAL ES COMPLETAMENTE INOCUA PARA TU SALUD.





DERMANAT

CATÀLOGO DE PRODUCTOS

SERUM CON VITAMINA C

REDUCE VISIBLEMENTE Y DE FORMA PROGRESIVA LA APARICIÓN DE ARRUGAS Y LÍNEAS DE EXPRESIÓN. AYUDA A UNIFICAR EL TONO DE LA PIEL, MEJORANDO LA APARIENCIA DE MANCHAS Y DESPIGMENTACIONES. MEJORA LA TEXTURA Y LUMINOSIDAD DE LA PIEL. APORTA ELASTICIDAD Y FIRMEZA. HIDRATA SIN DEJAR SENSACIÓN GRASOSA. IDEAL PARA TODO TIPO DE PIEL



LOCIÓN CAPILAR CON ROMERO Y QUINA

FORTALECE LOS FOLÍCULOS PILOSOS DEL CUERO CABELLUDO LOGRANDO UN CABELLO FUERTE Y RESISTENTE.

DETOX MASK - MASCARILLA FACIAL CON CARBÓN ACTIVADO

DESINTOXICA LA PIEL PROFUNDAMENTE MIENTRAS LA HIDRATA, DEJANDO UNA SENSACIÓN DE LIMPIEZA Y SUAVIDAD. EL CARBÓN ACTIVADO ACTÚA MINIMIZANDO LA APARIENCIA DE LOS POROS, PURIFICANDO Y ACLARANDO LA PIEL. SU RICA MEZCLA DE ACEITES Y VITAMINA E NUTRE E HIDRATA LA PIEL. AYUDANDO A PREVENIR LA APARICIÓN LÍNEAS DE EXPRESIÓN Y ARRUGAS. INDICADA PARA TODO TIPO DE PIEL.



DERMANAT

Bibliografía

Aromaterapia y aroma cosmética I.(2020) Esteticaywellness. Recuperado de <https://esteticaywellness.com/wp-content/uploads/2019/01/Perfumeria-y-cosmetica-Capitulo-ejemplo.pdf>

Aguirre M. Todo lo que debes saber antes de teñirte la barba. (2019).Articulo Summum. Recuperado de https://www.abc.es/summum/estilo/belleza/abci-todo-debes-saber-antes-tenirte-barga-o-bigote-201910281418_noticia.html

Ayuntamiento de ciudad real. (2019). Guía De Buenas Prácticas Ambientales En El Uso Del Agua. Recuperado de lineaverdecidudadreal.com/documentacion/guias_buenas_practicas/guia_de_buenas_practicas_agua.pdf

Alkosto. (2020). Computadores y tablets. Recuperado de https://www.alkosto.com/?fuente=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_SEM_PEF_CPC_PB_AON_TLP_TLP_Brand-General-AON_PAC&keyword=alkosto&gclid=CjwKCAiAv4n9BRA9EiwA30WND8Iz2Mh5ij4O5EMWV0g6aKFB0LOb9dH-S8Ch-FwYW0jJrDxDhQRtxoCP0EQAvD_BwE

Bulevar sur. Todo sobre la mascarilla negra que ves por todas partes. (2018). Recuperado de <https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/belleza/mascarilla-negra-missha-puntos/>

Cálculo Del Punto De Equilibrio Para La Peluquería En Excel. (2018).Entre peines y Números. Recuperado de <https://www.entrepeinesynumeros.com/downloads/calculo-del-punto-de-equilibrio-para-la-peluqueria-en-excel/?v=7516fd43adaa>

Cinco emprendimientos de maquillaje y cosmética natural en Colombia. (2020). Colombia.co. Recuperado de <https://www.colombia.co/marca-colombia/cinco-emprendimientos-de-maquillaje-y-cosmetica-natural-en-colombia/>

Cómo calcular el precio de tus servicios de belleza y peluquería. (2017). BEWE. Recuperado de <https://bewe.io/blog/como-calcular-el-precio-de-tus-servicios-de-belleza-y-peluqueria/>

Colombianfoodtrucks. (2020). Remolques Ó

Food Trailers. Recuperado de <https://www.colombianfoodtrucks.com/disenos-precios>

Cámara de comercio de Bogotá. (2016). Perfil económico y empresarial. Recuperado de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2880/6223_perfil_economico_usaque_n.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2018). Recuperado de <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2018). Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/infografias/info-CNPC-2018total-nal-colombia.pdf>

Diseños y precios (2020). Colombianfoodtrucks. Recuperado de <https://www.colombianfoodtrucks.com/disenos-precios>

Echeverría C. Soy hombre y quiero alisar mi cabello ¿elijo la keratina o el alisado? (2020). Recuperado de <https://botoxcapilar.org/como-alisar-el-cabello-hombre/>

El municipio. (2020). El Municipio De Bogotá. Recuperado de <https://www.municipio.com.co/municipio-bogota.html>

El tiempo. (2014). Peluquerías, el tercer negocio en Bogotá. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14208735>

Facebook Ads vs. Google Adwords. (2016). Rockcontent. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/facebook-ads-o-google-adwords/>

Funcionamiento de Autos Híbridos. ((2019). Autobild. Recuperado de https://www.autobild.es/quienes_somos

Funciones del departamento de compras. (2018). Emprende PYME. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-de-compras.html>

Funciones del gerente de operaciones. (2018). Yaydoo. Recuperado de <https://www.yaydoo.com/es/funciones-gerente-de-operaciones/>

Gillette. Cómo Recortar La Barba Y Lograr Un Estilo Único.(2020).Recuperado de <https://www.gillette.com.ar/es-ar/consejos-para-rasurarse/how-to-shave/como-recortar-la-barba>

Gillette. Los 15 Mejores Estilos De Barba.(2020).Recuperado de <https://gillette.es/es-es/consejos-de-afeitado/estilos-de-vello-facial/estilos-de-barba>

Gillette. Estilos de vello facial. (2020).Recuperado de [facial#facets:/category:estilos-de-vello-facial/page:1/sortby:Article-Featured-Sort/tilecount:0/displayedarticlescount:20/cwidth:/displayedpromocount:0/promotilesenabled:false/ascroll](https://gillette.es/es-es/vello-facial#facets:/category:estilos-de-vello-facial/page:1/sortby:Article-Featured-Sort/tilecount:0/displayedarticlescount:20/cwidth:/displayedpromocount:0/promotilesenabled:false/ascroll)

Gillette. consejos de Afeitado. (2020). Recuperado de <https://gillette.es/es-es/consejos-de-afeitado/como-afeitarte/barba-dura>

Gillette. Depilación Masculina. (2020). Recuperado de <https://gillette.es/es-es/consejos-de-afeitado/depilacion-masculina/cabeza>

Informe localidad de Usaqué. (2017). Recuperado de <http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/locusaquenvf.pdf>

Leon D. (2018). Estrategias de fidelización: ¡convierte a tus clientes en embajadores! Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-fidelizacion>

Marie Claire. Perfilar la barba: la nueva tendencia entre los hombres. (2019). Recuperado de <https://marieclaire.perfil.com/noticias/belleza/perfilado-barba-navaja-barberia-como-se-usa-aceite-cera-tonico.phtml>

Nuestra Marca. (2020). MAE Selva. Recuperado de <https://maeselva.com/pages/nuestra-marca-our-brand>

Origen de la Barbería. (2020). Blog 3 claveles. Recuperado de <https://www.3claveles.com/es/blog/origen-de-la-barberia-n303#:~:text=El%20origen%20de%20la%20barber%C3%ADa,gran%20importancia%20en%20a%20sociedad.>

Ofitienda. (2020). Suministros mobiliarios. Recuperado de <https://www.ofitienda.com.co/>

Peluquería y barbería. (2020). Starprofessional. Recuperado de <https://www.starprofessional.com.co/starprofessional.jsp>

Usaquén: Ficha Local. (2018). Veeduría Distrital. Recuperado de <https://www.veedurriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/NotasLocales/Ficha%20Localidad%20Usaquen.pdf>

Ruta 401. (2020). ¿Cuáles son las ventajas de los coches híbridos? Recuperado de <https://blog.reparacion-vehiculos.es/5-ventajas-del-coche-hibrido#:~:text=El%20veh%C3%ADculo%20h%C3%ADbrido%20normalmente%20con%20sigue,convencionales%20motores%20de%20combusti%C3%B3n%20interna.&text=Los%20veh%C3%ADculos%20h%C3%ADbridos%20pueden%20reducir,de%20carbono%20a%20la%20mitad.>

Restrepo O. (2019). Hino Dutro Híbrido 2020: Características y precio en Colombia. Recuperado de <https://www.elcarrocolombiano.com/lanzamientos/hino-dutro-hibrido-2020-caracteristicas-y-precio-en-colombia/>

Secretaria distrital de planeación. (2020). Estratificación de Usaquén. Recuperado de <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Treatwell. Depilación de cejas con hilo. (2020). Recuperado de <https://www.treatwell.es/tratamiento/depilacion-de-cejas-con-hilo/#:~:text=La%20t%C3%A9cnica%20perfecta%20para%20transformar,m%C3%A1s%20fino%20situado%20alrededor%20de>

Vallejo F. (2019). Hino presentó su camión híbrido con tecnología diésel Euro 4. Recuperado de <https://www.vehiculoselctricos.co/el-camion-hibrido-de-hino-que-usa-diesel-euro-4/>