



UNIVERSIDAD
DE ATACAMA

FACULTAD TECNOLÓGICA

DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN.

**“PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA
GESTION DE EJECUCION DE SERVICIOS EN LA
BARBERÍA BARBER GABBANA DE COPIAPÓ”**

Trabajo de titulación presentado en la conformidad a los requisitos para obtener
el título de ingeniería de ejecución en administración de empresas.

Profesor(a) Guía: Mg. Carlos Calderón Rojas

Jaison Antonio Galleguillos Bolados

Copiapó, Chile 2024

Dedicatoria

Este trabajo es el reflejo de años de esfuerzo, dedicación y aprendizaje, y no habría sido posible sin el apoyo incondicional que he recibido de cada uno de ustedes. Pero especialmente quisiera dedicarle este trabajo y agradecerles quien soy en estos momentos; Mis abuelos quienes fueron las personas que me criaron, apoyaron y enseñaron sin recibir nada a cambio. A quienes siempre creyeron en mí, me brindaron su amor y comprensión, y me motivaron a seguir adelante incluso cuando las dificultades parecían insuperables. A mis amigos, por su paciencia, su ánimo constante y por estar a mi lado en los momentos difíciles y de incertidumbre, aportando su energía positiva.

Gracias por ser mi refugio en los momentos oscuros de mi vida, cuando no quería avanzar y lanzar todo, mi fuente de inspiración y el motor que me ha impulsado a alcanzar esta meta. Cada sacrificio, cada sonrisa, cada palabra de aliento ha sido vital para llegar hasta aquí. Esta tesis es tanto mía como de ustedes.

¡Lo logramos Juntos!

Jaison Antonio Galleguillos Bolados

Agradecimiento

Quiero dedicar un espacio especial para expresar mi más profundo agradecimiento a quienes han sido mi pilar a lo largo de este arduo proceso.

A mi familia, que siempre ha sido mi mayor fuente de apoyo. Gracias por su amor incondicional, por entender mis momentos de cansancio y por brindarme fuerzas cuando más lo necesitaba. Sus palabras de aliento, su paciencia y sus sacrificios me han dado la motivación necesaria para superar cada desafío. Ustedes han sido mi refugio y mi fuerza, y sin su presencia y apoyo constante, este logro no habría sido posible.

A mis amigos, que han estado a mi lado en los momentos de duda y celebración, agradezco su comprensión, risas y compañía. Su amistad ha sido un faro de luz, especialmente en los momentos más oscuros, y me han recordado siempre que no estoy solo en este camino. Gracias por compartir conmigo sus consejos, por ser mi soporte emocional y por recordarme lo importante que es disfrutar del proceso, a pesar de las dificultades.

Este trabajo es el resultado no solo de mi esfuerzo, sino de la constante inspiración que he recibido de ustedes. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento. Con su amor, apoyo y presencia, este logro también es de ustedes.

Jaison Antonio Galleguillos Bolados

Índice de Contenidos

CAPITULO I	7
Introducción	7
1.1 Contexto	8
1.2 Objetivos	9
1.2.1 Objetivo general.....	9
1.2.2 Objetivo específico.....	9
1.3 Hipótesis.....	9
1.4 Metodología.....	11
1.5 Alcance.....	12
CAPITULO II	14
2. Marco teórico	14
2.1 Contexto general de la industria de la Barbería	14
2.1.1 Historia y Evolución de la Industria	14
2.1.2 Demanda y Tendencias Actuales.....	17
2.1.3 Mercado y Segmentación	18
2.1.4 Impacto de la Tecnología	19
2.1.5 Modelos de Negocio	20
2.1.6 Competencia y Sostenibilidad.....	21
2.1.7Aspecto Culturales y Sociales	22
2.1.8 Regulación y Formación Profesional	23
2.1.9 Perspectiva Futuras.....	24
2.2 Gestión de Servicios en Empresas de Atención Personalizada	25
2.3 Eficiencia Operativa y Gestión del Tiempo	26
2.4 Mejora continua y Calidad Total (TQM)	27
2.5 Uso de la Tecnología en la Gestión de servicios	28
2.6 Capacitación y Desarrollo del personal	29
2.7 Satisfacción del Cliente y Fidelización.....	30
2.8 Programas Software.....	31
2.8.1 Tipos de Software:	32
2.9 Software FRESHA.....	36

2.10 Como agendar una cita en el Software Fresha	37
2.10.1 Punto de vista del Cliente	37
2.11 Acceso a informes de la empresa	39
2.12 Políticas de cancelación y reprogramación de citas	40
CAPITULO III	41
3. Estructura Organizacional	41
3.1 Misión	41
3.2 Visión	42
3.3 Valores	42
3.4 Políticas	43
3.5 Estructura Organizacional.....	45
CAPITULO IV.....	48
4. Metodología.....	48
4.1 Resultado de Encuesta.....	48
CONCLUSIÓN	55
ANEXOS	56
BIBLIOGRAFIA.....	57

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de este plan de mejora es optimizar la gestión de ejecución de servicios en la barbería “Barber Gabbana” ubicada en Copiapó (Rafael Sotomayor #1130), con el fin de aumentar la eficiencia operativa, reducir los tiempos de espera, mejorar la satisfacción del cliente y, finalmente, incrementar la rentabilidad y la fidelización de nuestros clientes. Esto se logrará mediante la implementación de una herramienta digital software llamada Fresha.

Donde se parte de un análisis de la situación actual, identificando las principales dificultades relacionadas con la organización de citas y la gestión de horarios de negocio. Posteriormente, se examinan diversas estrategias y herramientas disponibles para optimizar este proceso, incluyendo una App digital de gestión de citas, donde cuenta con un sistema de reservas en línea de acuerdo con el servicio que el cliente se valla a realizar.

Se realiza un estudio de mercado para comprender las expectativas y preferencias de los clientes en cuanto a la reserva de citas y así mismo la disponibilidad de horarios. Con base en estos hallazgos, se desarrolla un plan de acción que incluye la implementación de un sistema de gestión de citas en línea, la capacitación del personal en técnicas de programación básica y eficiente. La comunicación efectiva de los cambios a los clientes se establecen indicadores de rendimiento para evaluar el impacto de las mejoras implementadas y se propone un proceso de retroalimentación continua para ajustar el plan según sea necesario.

Este plan de mejora tiene un enfoque integral que aborda los aspectos clave de la operación de la barbería Barber Gabbana: la gestión de citas, la capacitación del personal y la optimización del espacio físico. La implementación de estas mejoras se traducirá en un servicio más ágil y de mayor calidad, lo que contribuirá a mejorar la competitividad de la barbería Barber Gabbana y aumentar tanto la satisfacción del cliente como los ingresos. Con la correcta implementación y evaluación de los resultados, se lograra potenciar el plan de mejoramiento, lo cual permitirá que barbería Barber Gabbana se posicione como un referente en el mercado local.

CAPITULO I

Introducción

Teniendo en cuenta la competitividad existente en el mercado de estilismo, como es el caso de las barberías, la eficiencia en la gestión de la ejecución de servicios es crucial para garantizar la satisfacción del cliente, optimizar los recursos disponibles y mejorar la rentabilidad del negocio. Sin embargo, muchas barberías enfrentan retos significativos relacionados con la organización interna, los tiempos de espera, la programación de citas y la calidad del servicio, lo que puede afectar negativamente la experiencia del cliente y limitar el crecimiento del establecimiento.

La gestión de los servicios en una barbería involucra múltiples aspectos, desde la atención al cliente hasta la correcta organización del espacio físico, pasando por la adecuada asignación del personal y el uso de herramientas tecnológicas que agilicen los procesos. A pesar de que algunas barberías logran mantener una base de clientes leales, la falta de una estructura operativa eficiente puede llevar a una ejecución desorganizada de los servicios, tiempos de espera prolongados y, en consecuencia, a una disminución en la satisfacción del cliente.

Este plan de mejora tiene como propósito optimizar la gestión de la ejecución de servicios en la barbería Barber Gabbana mediante la implementación de soluciones prácticas y efectivas que aborden los principales puntos de ineficiencia. A través de la introducción de un sistema digital software para la gestión de citas, la capacitación continua del personal y la reorganización del espacio físico, se busca crear un entorno de trabajo más eficiente, mejorar la experiencia del cliente y, finalmente, aumentar la rentabilidad del negocio. Estas acciones no solo pretenden reducir los tiempos de espera y agilizar los procesos, sino también establecer una estructura operativa que permita a la barbería Barber Gabbana diferenciarse de su competencia, ofreciendo un servicio más rápido, personalizado y de calidad.

En este contexto, el plan de mejora no solo responde a la necesidad de optimizar los recursos y procesos internos, sino también a las crecientes expectativas de los clientes,

quienes demandan una atención más ágil, profesional y satisfactoria. A través de la implementación de este plan, la barbería Barber Gabbana no solo mejorará su eficiencia operativa, sino que fortalecerá su posición en el mercado y fomentará la fidelización de sus clientes.

1.1 Contexto

La Barbería Barber Gabbana de la ciudad de Copiapó, ubicada en Rafael Sotomayor #1130, es un establecimiento que brinda una variedad de servicios, tales como cortes de cabello, diseños style, afeitados, arreglos de barba, peinados, colorimetría, entre otros, con el objetivo de proporcionar a los clientes una experiencia de bienestar y estilo personal. Sin embargo, al igual que muchas otras empresas del sector de servicios de barberías, enfrenta retos relacionados con la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

En muchas Barberías, la organización de las tareas diarias, la programación de citas y la atención al cliente no siempre están optimizadas, la falta de un sistema de gestión eficiente puede llevar a tiempos de trabajo desorganizado y, en última instancia, a la insatisfacción de los clientes. Además, las barberías muchas veces dependen de métodos tradicionales para administrar sus operaciones, como el uso de hojas de papel o agendas físicas, lo que puede generar errores y dificultades en la coordinación.

El contexto actual de la Barbería Barber Gabbana muestra que, aunque existe una base sólida de clientes leales, hay oportunidades de mejora en áreas claves, como la atención personalizada, la administración de citas, la formación del personal y el manejo eficiente del espacio físico. La competencia en el mercado local también está aumentando, con otras barberías que implementan tecnologías más avanzadas y ofreciendo un servicio más ágil y eficiente, lo que pone presión sobre la barbería adaptarse a mejorar.

El plan de mejora busca abordar desafíos mediante la implementación de nuevas herramientas prácticas que optimicen la gestión operativa. Esto incluye la automatización de citas a través de plataformas digitales, la capacitación continua del personal en atención al cliente y técnicas de eficiencia, así como la mejora en la organización del espacio de trabajo para garantizar un flujo más rápido de los servicios. Todo esto se enfoca en

mantener o aumentar la satisfacción del cliente, fidelizándolos y mejorando la rentabilidad a largo plazo.

Este plan no solo responde a las necesidades internas de la Barbería Barber Gabbana para mejorar su eficiencia, sino también a la creciente demanda de los consumidores por experiencias más rápidas y satisfactorias. El entorno competitivo, los cambios en las expectativas de los clientes y las oportunidades tecnológicas actuales hacen que este sea el momento adecuado para implementar un proceso de mejora integral.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Optimizar la gestión de ejecución de servicios en la barbería “Barber Gabbana” en Copiapó para un mejoramiento en la eficiencia operativa y satisfacción del cliente, aumentando la productividad y maximizando el uso de recursos disponibles.

1.2.2 Objetivo específico

1. Realizar un estudio de mercado que permita la comprensión de las expectativas y preferencias de los clientes en cuanto a la reserva de citas y la disponibilidad de horarios
2. Establecer políticas claras de cancelación y reprogramación de citas que permitan la minimización de hora no tomadas en la agenda, por parte de los clientes.
3. Implementar un software tipo App virtual de gestión de citas que permita la facilitación en la programación de clientes.

1.3 Hipótesis

Si se implementan mejoras en la gestión operativa y en la optimización de los procesos de atención al cliente en la barbería Barber Gabbana de la Ciudad de Copiapó (a través de la implementación de un sistema digital de gestión de citas, la capacitación continua del personal y la reorganización del espacio físico), entonces se lograra una reducción en los tiempos de espera, una mejora en la eficiencia operativa, un aumento en la satisfacción

del cliente y, como resultado, un incremento en la rentabilidad y fidelización de los clientes.

Explicación de la Hipótesis en puntos claves:

1. Variables independientes (Lo que se va a cambiar o implementar)

- Implementación de un sistema digital de gestión de citas: Automatización y optimización de la programación de citas para evitar tiempos de espera largos y reducir el riesgo de errores humanos en la asignación de turnos.
- Capacitación continua del personal: Entrenamiento en técnicas de atención al cliente, eficiencia operativa y manejo adecuado del tiempo para mejorar la calidad del servicio y la interacción con los clientes.
- Reorganización del espacio físico: Mejora en la disposición de los muebles, equipos y el flujo de trabajo para maximizar el uso del espacio y reducir los tiempos muertos durante los servicios.

2. Variables Dependientes (Los resultados esperados)

- Reducir los tiempos de espera: Al optimizar la programación de citas y mejorar la organización de los espacios, se espera que los clientes sean atendidos más rápidamente.
- Mejora en la eficiencia operativa: La optimización de los procesos internos permitirá que los servicios se realicen de manera más fluida y con menos interrupciones.
- Aumento en la satisfacción del cliente: Un servicio más rápido, de mayor calidad y mejor organización conducirá a una experiencia positiva para el cliente.
- Incremento en la rentabilidad y fidelización de clientes: Los clientes satisfechos son más propensos a mantener su interés por el negocio y así su permanencia, recomendando el negocio y aumentando la tasa de retención.

La hipótesis plantea que, si se aplican estas intervenciones estratégicas, los beneficios se reflejarán en una Barbería más eficiente y competitiva, con un impacto positivo tanto en la calidad del servicio como en los resultados financieros del negocio.

1.4 Metodología

En el desarrollo de la presente investigación, se adopta una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos, diseñada para abordar de manera exhaustiva el problema de la gestión de citas y horarios en la barbería “Barber Gabbana”. A continuación, se describe el proceso metodológico seleccionado para esta investigación, el cual está orientado a cumplir con los objetivos establecidos y responder a la hipótesis formulada.

Este enfoque metodológico se estructura en varias fases clave, comenzando con una revisión de fuentes profundas que establezca el marco teórico y contextual de la problemática. A su vez se realizará un estudio cualitativo, a través de encuestas las cuales permitirán una comprensión clara y concisa de las dinámicas externas e internas, estas influirán en la eficiencia operativa del negocio y en la satisfacción del cliente.

- **Recopilación de datos:** Realizar encuestas a los clientes y observaciones en la barbería para recopilar información relevante sobre la problemática de citas y horarios.
- **Análisis de datos:** Analizar los datos recopilados para identificar las principales causas de la problemática, así como las posibles soluciones y estrategias de mejora.
- **Elaboración del plan de mejora:** Diseñar un plan de mejora que incluya tanto en medidas concretas para abordar la problemática identificada, como la implementación de un sistema de gestión de citas, la optimización de los horarios de trabajo, la capacitación del personal en atención al cliente, entre otras acciones.
- **Implementación del plan de mejora:** Poner en marcha las medidas propuestas en el plan de mejora y realizar un seguimiento continuo para evaluar su efectividad y realizar ajustes si es necesario.

- Evaluación de resultados: Evaluar los resultados obtenidos a partir de la implementación del plan de mejora, comparando indicadores tales como la satisfacción de los clientes, la puntualidad en las citas, la eficiencia en la gestión de horarios, entre otros.

1.5 Alcance

Este plan busca aumentar la eficiencia operativa, mejorar la calidad del servicio al cliente y maximizar los ingresos de la barbería Barber Gabbana de la ciudad de Copiapó. Para ello, se abordarán las áreas claves que impactan directamente en la prestación de los servicios, tales como la organización del flujo de trabajo, la capacitación del personal, el control de inventarios y la implementación de herramientas tecnológicas.

1. Objetivos del plan de mejora:

- Identificar los puntos débiles en la gestión actual de los servicios de la Barbería Barber Gabbana
- Proponer Soluciones prácticas para mejorar la eficiencia en la ejecución de los servicios, reduciendo los tiempos de espera y optimizando la programación de citas.
- Implementar un sistema de gestión de clientes y citas, como una aplicación o software que permita mejorar la experiencia del cliente.
- Capacitar al personal en técnicas de atención al cliente y eficiencia operativa.

2. Límites del Estudio:

- El plan de mejora se aplicará exclusivamente a los servicios que se ofrecen en la Barbería, como cortes de cabello, afeitados, arreglos de barba, entre otros.
- El plan no abarcará la gestión financiera o la estratégica de marketing, aunque se reconocerá que estos aspectos pueden influir indirectamente en el éxito de la mejora operativa.

3. Población y Muestra:

- El análisis incluirá a los empleados de la barbería (Barberos, personal administrativo, cajera y aseo) como grupo principal de intervención.
- Los clientes serán considerados como parte del proceso de retroalimentación, pero su participación se limitará a encuestas y opiniones sobre la calidad del servicio.

4. Enfoque Metodológico:

- Se utilizará una metodología mixta, con investigación cualitativa (entrevistas y encuestas a los empleados) y cuantitativa (análisis de servicios, flujos de trabajo y satisfacción del cliente).
- El proceso de recopilación de datos se llevará a cabo en un periodo de 4 semanas.
- Se evaluará la efectividad de las mejoras propuestas mediante indicadores de rendimiento como tiempos de espera, número de servicios realizados por día y satisfacción del cliente.

5. Limitaciones del Estudio:

- La implementación de las mejoras dependerá de los recursos disponibles, lo que podría limitar la adopción total de algunas soluciones tecnológicas o de capacitación.
- La variabilidad en el comportamiento y preferencias de los clientes podría afectar la evaluación de la eficiencia del plan de mejora.
- Las mejoras propuestas estarán enfocadas solo en aspectos operativos inmediatos y no en la evolución de la cultura organizacional a largo plazo.

6. Contribución Esperada:

- A través de la optimización de los procesos operativos, se espera reducir los tiempos de espera y aumentar la rotación de clientes.

- La implementación de un nuevo sistema de gestión debería mejorar la satisfacción del cliente y la organización interna.
- El personal se beneficiará de una mayor capacitación y motivación, lo que llevara a un servicio de mayor calidad y un ambiente de trabajo más eficiente.

CAPITULO II

2. Marco teórico

2.1 Contexto general de la industria de la Barbería

2.1.1 Historia y Evolución de la Industria

La barbería es uno de los establecimientos más antiguos del mundo y ha desempeñado un papel fundamental en la sociedad a lo largo de los siglos. Su evolución ha estado ligada tanto a la cultura como a la higiene, el cuidado personal y, en ciertos momentos, a la medicina. La historia de la barbería se remonta a miles de años y ha pasado por una serie de transformaciones, desde ser una práctica rudimentaria de higiene hasta convertirse en un lugar de interacción social y bienestar.

El origen de las barberías se remonta en el Antiguo Egipto (3000 a.C) la barbería como concepto comenzó en el Antiguo Egipto, donde los hombres egipcios solían afeitarse y cortarse el cabello. Los barberos en esta época eran considerados importantes figuras de la sociedad. Además, en la antigua cultura egipcia, la afeitada estaba vinculada con el estatus social, siendo un símbolo de higiene y orden. Los barberos, llamados "barbersurgeons" (barberos-cirujanos), también realizaban tareas médicas básicas como el tratamiento de heridas o la extracción de dientes. La presencia de herramientas de afeitado en las tumbas de los faraones demuestra la importancia de la higiene y el cuidado personal en esta civilización.

La tradición del afeitado y corte de cabello continuó en la antigua Roma y Grecia en el (siglo V a.C. – IV d.C). En Roma, los barberos se convirtieron en una figura común en las ciudades, proporcionando tanto servicios de afeitado como cortes de cabello. Durante el

Imperio Romano, la barbería era una parte fundamental de la vida cotidiana, no solo por razones de higiene, sino también como lugar de encuentro social. La figura del barbero en Roma se asociaba con la corte de cabello, la afeitada y la asistencia médica básica (como el tratamiento de heridas leves).

Los romanos también adoptaron el uso de navajas y otros implementos de afeitado, creando una cultura de cuidado personal entre los hombres de la época. Se establecieron lugares de encuentro que combinaban la función de cortar el cabello con la socialización, lo que generó una temprana "cultura de la barbería". En Grecia, el cuidado del cabello y la barba se consideraba una forma de mantener una apariencia digna y respetable, especialmente para los filósofos y otros miembros de la sociedad intelectual.

Durante La Edad Media (Siglo V – XV), la función del barbero comenzó a incluir tareas médicas debido a la falta de profesionales especializados. Los barberos-cirujanos eran responsables de realizar diversas intervenciones médicas, que iban desde la extracción de dientes hasta el tratamiento de heridas, sangrías (una práctica muy común en la época) e incluso operaciones menores. Los barberos eran formados en anatomía y cirugía básica, y sus servicios eran solicitados por personas de todas las clases sociales. En algunos casos, también realizaban sangrías como un tratamiento para diversas enfermedades, lo que simboliza el vínculo histórico entre la barbería y la medicina en ese período.

Durante este tiempo, las barberías también se convirtieron en espacios de socialización. En muchas ciudades medievales, los barberos eran figuras comunitarias importantes y las barberías funcionaban no solo como centros de cuidado personal, sino como lugares donde las personas se reunían para discutir política, comercio y asuntos sociales.

En El Renacimiento (Siglo XV – XVI) la barbería experimentó una mayor especialización. Aunque las prácticas médicas seguían siendo parte del trabajo de los barberos, comenzaban a diferenciarse de los cirujanos. Durante esta época, se reconoce por primera vez a los cirujanos y barberos como profesiones separadas. Los barberos se centraron más en el cuidado estético, mientras que los cirujanos se encargaban de procedimientos más invasivos, como cirugías o amputaciones.

Es durante el Renacimiento que aparece el palo de barbería (o barra de barbería), que se convierte en un símbolo reconocido globalmente de la profesión. Este símbolo consistía en un poste rojo y blanco con una esfera en la parte superior, y se asociaba con las prácticas de sangrías. El rojo representaba la sangre, el blanco los vendajes, y el azul (en algunos casos) se añadió posteriormente para representar la vena.

En La Edad Moderna (Siglos XVII – XIX), la barbería siguió evolucionando, y comenzó a asociarse más con la estética y la moda. En esta época, los cortes de cabello y las afeitadas eran una parte esencial de la rutina de los hombres. Durante el siglo XIX, las barberías comenzaron a modernizarse, especialmente en Europa y América, con la llegada de nuevas herramientas como máquinas de afeitar y navajas de mayor calidad. La figura del barbero se convirtió en alguien altamente respetado por su habilidad en la creación de estilos y en el servicio de afeitado.

A medida que avanzaba el siglo XIX, la profesión del barbero pasó de estar vinculada a la medicina a centrarse exclusivamente en los servicios estéticos. Las barberías se convirtieron en lugares más refinados, donde los hombres acudían no solo para cortarse el cabello, sino también para relajarse y disfrutar de una experiencia de cuidado personal.

Y en la Actualidad (Siglo XX – XXI), la barbería ha experimentado una revalorización como espacio no solo para el corte de cabello y el afeitado, sino como un lugar de experiencia social y bienestar personal. Aunque la especialización en servicios de belleza y estética ha llevado a que muchas de las funciones originales del barbero se deleguen a otros profesionales como los médicos o esteticistas, la barbería sigue siendo un lugar fundamental en la vida social de muchas culturas.

Hoy en día, las barberías combinan la tradición con las tendencias modernas, y son espacios en los que los hombres no solo reciben servicios de corte de cabello y afeitado, sino también otros como el cuidado de la barba, tratamientos faciales y masajes capilares. Además, muchas barberías se han renovado y se presentan como salones de estilo, en los cuales se ofrecen experiencias únicas de relajación y estética.

2.1.2 Demanda y Tendencias Actuales

La industria de la barbería ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, pasando de ser un servicio puramente funcional, a convertirse en una experiencia de estilo de vida para muchos hombres. Este cambio ha sido impulsado por una serie de factores sociales, culturales y tecnológicos que han redefinido las expectativas de los consumidores y las dinámicas del mercado. En la actualidad, las barberías no solo ofrecen cortes de cabello y afeitados tradicionales, sino que se han convertido en espacios donde los hombres buscan, además de servicios de alta calidad, un ambiente exclusivo, personalizado y relacionado con su bienestar y cuidado personal.

Uno de los aspectos más relevantes de esta evolución es el auge de la demanda de servicios personalizados. Los consumidores actuales buscan cada vez más una atención adaptada a sus necesidades individuales, lo que ha llevado a las barberías a diversificar su oferta e incorporar una variedad de servicios, como el diseño de barba, tratamientos capilares especializados y experiencias de relajación, como masajes faciales o capilares. Este fenómeno refleja un cambio cultural más amplio hacia la conciencia del cuidado personal y la importancia del estilo en la vida cotidiana de los hombres, lo que ha sido impulsado en gran parte por las tendencias de las redes sociales y la influencia de figuras públicas, como celebridades e influencers.

A su vez, las tecnologías y la transformación digitales han jugado un papel fundamental en la evolución de la industria. Las barberías ahora se apoyan en plataformas digitales para gestionar sus citas, promocionar sus servicios y mantener una comunicación directa con los clientes, lo que mejora la eficiencia operativa y la fidelización. Las redes sociales, en particular, han permitido que los barberos muestren sus habilidades y establezcan una conexión más directa con su audiencia, lo que genera un impacto considerable en las tendencias y preferencias de los consumidores.

En este contexto, el objetivo de esta tesis es analizar las demandas y tendencias actuales en la industria de la barbería, explorando los factores que están modelando el comportamiento de los consumidores y las respuestas que las barberías están dando para adaptarse a estos cambios. A través de una investigación exhaustiva de las tendencias emergentes, las innovaciones tecnológicas y la evolución del servicio al cliente, se

pretende identificar las claves para entender el éxito de las barberías contemporáneas y cómo los barberos y los empresarios del sector pueden mantenerse competitivos y relevantes en un mercado en constante cambio.

2.1.3 Mercado y Segmentación

La industria de la barbería, históricamente asociada con cortes de cabello y afeitados básicos, ha experimentado una notable evolución en las últimas décadas. Este sector ha pasado de ser un servicio esencial a una experiencia personalizada y sofisticada, impulsada por un cambio cultural en las expectativas y necesidades de los consumidores. La creciente demanda de servicios especializados, la diversificación de ofertas y la personalización de la atención han dado lugar a una industria altamente competitiva y segmentada, donde los consumidores no solo buscan calidad en los servicios, sino también una experiencia única que se ajuste a sus preferencias individuales.

En este contexto, entender el mercado y la segmentación de las barberías se convierte en un aspecto clave para cualquier empresa que busque prosperar en este sector. La segmentación de mercado permite identificar grupos específicos de consumidores con necesidades similares, lo cual facilita la creación de estrategias de marketing y la oferta de servicios adaptados a las características de cada segmento. En la actualidad, las barberías no solo se dirigen a un perfil de cliente masculino tradicional, sino que han ampliado su enfoque a diversos nichos, como hombres jóvenes interesados en tendencias modernas, profesionales que buscan cortes clásicos, o clientes que demandan un trato exclusivo y de lujo.

Las barberías de lujo, que ofrecen una experiencia premium y servicios personalizados, y o las barberías urbanas, que apelan a una clientela más joven y moderna, representan dos ejemplos claros de cómo la segmentación está cambiando el panorama. Además, las nuevas tecnologías y el auge de las redes sociales han facilitado una mayor visibilidad y acceso a los servicios de barbería, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a las tendencias y a las preferencias de los consumidores. Las plataformas digitales también han permitido que los barberos lleguen a un público más amplio, gestionen sus citas de manera eficiente y fidelicen a los clientes de manera más efectiva.

El objetivo es analizar el mercado de la barbería y sus dinámicas de segmentación, explorando cómo las barberías actuales se adaptan a las necesidades y expectativas de los distintos grupos de consumidores. A través de un análisis detallado de los perfiles de cliente, las estrategias de marketing utilizadas y las tendencias de consumo, se pretende identificar las oportunidades de crecimiento y los retos a los que se enfrenta este sector. De esta manera, esta investigación proporcionará una comprensión integral del mercado de las barberías y su segmentación, ofreciendo información valiosa para empresarios, barberos y profesionales del sector que busquen optimizar sus servicios y mantenerse competitivos en un entorno cada vez más dinámico.

2.1.4 Impacto de la Tecnología

En las últimas décadas, la tecnología ha transformado diversas industrias, y la barbería no ha sido la excepción. Tradicionalmente, la barbería se percibía como un oficio manual y artesanal, centrado en la habilidad y el toque personal del barbero. Sin embargo, con el avance de la tecnología, este sector ha experimentado una profunda transformación en sus métodos de operación, en la manera en que se relaciona con los clientes y en los servicios que ofrece. El impacto de la tecnología en las barberías ha sido fundamental para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la experiencia del cliente y, en muchos casos, reinventar el modelo de negocio de este sector.

Uno de los avances más significativos ha sido la digitalización de la gestión de citas y servicios, lo que ha permitido a las barberías ofrecer una atención más ágil y organizada. Plataformas de gestión online, aplicaciones móviles y sistemas de reservas automáticas han hecho que tanto los barberos como los clientes puedan gestionar sus tiempos de manera más eficiente, eliminando las largas esperas y mejorando la satisfacción del cliente. Además, la incorporación de tecnologías de marketing digital y redes sociales ha facilitado una visibilidad sin precedentes para los negocios de barbería, permitiendo que los barberos y las barberías puedan construir su marca, mostrar su trabajo y atraer nuevos clientes a través de plataformas como Instagram, TikTok o Facebook.

Por otro lado, los avances en herramientas de trabajo, como máquinas de corte de alta precisión, navajas y tijeras ergonómicas y dispositivos para afeitados más cómodos y seguros han mejorado la calidad de los servicios prestados, permitiendo a los barberos

realizar cortes más detallados y complejos con menor esfuerzo. También se ha producido una evolución en los productos de cuidado capilar y de barba, muchos de los cuales incorporan ingredientes más especializados y fórmulas adaptadas a las necesidades de cada tipo de cabello o piel.

A pesar de estos avances, el impacto de la tecnología no se limita a la operativa interna de las barberías, sino que también afecta las expectativas del cliente. Los consumidores de hoy en día buscan una experiencia de servicio más interactiva, personalizada y conectada. Los sistemas de CRM (Customer Relationship Management), la recopilación de datos sobre las preferencias de los clientes y el uso de inteligencia artificial para sugerir servicios o productos son algunas de las herramientas tecnológicas que permiten ofrecer una atención más especializada y adecuada a las necesidades individuales de cada usuario.

2.1.5 Modelos de Negocio

La industria de la barbería ha evolucionado considerablemente en las últimas décadas, transformándose desde un oficio tradicional y funcional en un sector empresarial dinámico y diverso. Los modelos de negocio en las barberías, que alguna vez estuvieron basados en estructuras simples y familiares, ahora han adoptado una amplia variedad de enfoques adaptados a las nuevas demandas del mercado. Este cambio se debe no solo a la transformación de las expectativas de los consumidores, sino también a la creciente competencia y a las influencias de tendencias culturales, sociales y económicas. Los barberos y empresarios del sector deben ser capaces de adaptarse y evolucionar frente a un entorno cada vez más competitivo y globalizado, lo que ha dado lugar a la proliferación de modelos de negocio innovadores y más especializados.

Uno de los modelos de negocio más destacados en la barbería contemporánea es la franquicia, que ha permitido a las marcas expandirse rápidamente y estandarizar sus servicios a nivel global, manteniendo la calidad y el prestigio asociado con la marca. Al mismo tiempo, las barberías independientes han encontrado su nicho al enfocarse en ofrecer experiencias más personalizadas, creando ambientes únicos y ofreciendo servicios exclusivos que apelan a clientes de altos ingresos o a grupos con intereses específicos. La diferenciación en los servicios es otro modelo clave, en el cual las barberías no solo ofrecen cortes de cabello, sino una gama de servicios complementarios como diseño de

barba, afeitados tradicionales, tratamientos capilares, masajes, y hasta experiencias de spa, lo que les permite capturar un segmento de mercado más amplio.

Otro modelo en auge es el de las barberías de lujo o premium, donde la experiencia va más allá del corte de cabello y se convierte en un ritual completo que incluye atención personalizada, productos exclusivos y un ambiente sofisticado. Estas barberías buscan ofrecer un valor añadido al cliente que va más allá del servicio básico, y su propuesta de valor se basa en el confort, la exclusividad y el trato personalizado.

Asimismo, la tecnología ha influido de manera significativa en la creación de nuevos modelos de negocio. El uso de plataformas digitales para la gestión de citas, la promoción de servicios y la interacción con los clientes ha transformado la manera en que las barberías operan. Muchas han implementado sistemas de reservas online, aplicaciones móviles de fidelización y servicios personalizados basados en datos, lo que les permite crear relaciones más estrechas con sus clientes y mejorar la eficiencia operativa.

2.1.6 Competencia y Sostenibilidad

En la última década, la industria de la barbería ha experimentado una notable transformación, con un crecimiento acelerado y una diversificación de servicios que ha incrementado la competencia entre los actores del mercado. Las barberías han pasado de ser pequeños negocios locales a convertirse en espacios altamente competitivos, tanto a nivel nacional como internacional. Esta creciente competencia ha llevado a los empresarios del sector a replantearse sus estrategias, a innovar en sus servicios y a adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes de los consumidores. Sin embargo, en este contexto de expansión y dinamismo, surge una pregunta fundamental: ¿cómo pueden las barberías mantenerse competitivas y, al mismo tiempo, adaptarse a las tendencias de sostenibilidad que cada vez son más relevantes en el ámbito empresarial?

La competencia en el mercado de la barbería se ha intensificado debido a la aparición de nuevos modelos de negocio, la proliferación de franquicias y la diversificación de servicios, que van desde cortes de cabello tradicionales hasta experiencias de lujo con tratamientos exclusivos. A su vez, la influencia de las redes sociales y el marketing digital ha permitido que las barberías de cualquier tamaño puedan acceder a un público global,

lo que ha aumentado las expectativas de los consumidores y ha generado un entorno altamente competitivo. En este escenario, las barberías deben ser capaces de diferenciarse no solo en la calidad de sus servicios, sino también en la experiencia que ofrecen a sus clientes, lo que requiere de una continua innovación y adaptación.

Por otro lado, la sostenibilidad ha emergido como una preocupación clave tanto para los consumidores como para los empresarios dentro de la industria de la barbería. Los consumidores están cada vez más conscientes de los impactos sociales y ambientales de sus decisiones de compra, y esto ha llevado a una creciente demanda de productos y servicios más sostenibles. Desde el uso de productos orgánicos y libres de químicos, hasta la implementación de prácticas de gestión de residuos y eficiencia energética, las barberías se ven desafiadas a incorporar prácticas sostenibles sin comprometer la calidad de su servicio.

La sostenibilidad no solo se refiere a los productos y servicios, sino también a la gestión interna del negocio, con aspectos como el uso responsable de los recursos y la mejora de las condiciones laborales de los colaboradores.

2.1.7 Aspecto Culturales y Sociales

La industria de la barbería, aunque históricamente ligada a la tradición, ha evolucionado en los últimos años para reflejar las dinámicas cambiantes de las sociedades modernas. Este sector, que en su esencia se centra en el cuidado personal masculino, no solo responde a las necesidades estéticas de los consumidores, sino que también está profundamente influenciado por aspectos culturales y sociales que modelan tanto los servicios ofrecidos como la manera en que las barberías interactúan con sus clientes. La barbería se ha convertido en un espacio donde los hombres no solo buscan un corte de cabello o un afeitado, sino también una experiencia social y cultural que refleja su identidad, pertenencia a una comunidad y el deseo de conectarse con las últimas tendencias y estilos de vida.

En muchos contextos, las barberías funcionan como puntos de encuentro social que van más allá de ser simples establecimientos comerciales. En ellas, los clientes no solo reciben un servicio, sino que participan en un proceso de interacción social y cultural que fomenta

la construcción de relaciones, la transmisión de tradiciones y el fortalecimiento de vínculos comunitarios. La experiencia del corte de cabello o el afeitado se ha convertido en un ritual que involucra no solo el cuidado personal, sino también una oportunidad para conversar sobre temas cotidianos, compartir experiencias y, en algunos casos, establecer una comunidad de hombres que se sienten parte de un espacio donde pueden relajarse, intercambiar ideas y mantener una conexión con su entorno cultural.

La evolución de la masculinidad moderna también ha tenido un impacto directo en la forma en que los hombres se relacionan con los servicios de barbería. En un mundo en el que los estereotipos de género están siendo cuestionados, los servicios de barbería se han diversificado para atender una amplia gama de estilos masculinos, desde los cortes clásicos y sobrios hasta los más innovadores o vanguardistas. La incorporación de tendencias globales en la moda masculina, impulsadas en gran parte por celebridades, influencer y plataformas digitales, ha creado una mayor conciencia como también una alta demanda de estilos que no solo buscan un buen aspecto, sino que también son una forma de expresión personal y cultural.

A su vez, la creciente importancia de las redes sociales ha permitido que las barberías no solo respondan a las expectativas de sus clientes, sino que también se conviertan en espacios de expresión cultural que reflejan las tendencias de la moda masculina a nivel global. Instagram, YouTube y TikTok, entre otras plataformas, han influido significativamente en cómo los barberos promocionan su trabajo y cómo los consumidores buscan inspiración para sus estilos. Las barberías se han adaptado a esta nueva dinámica social, creando una experiencia visualmente atractiva y conectando a los clientes con la cultura contemporánea de manera efectiva.

2.1.8 Regulación y Formación Profesional

Al igual que otros sectores relacionados con servicios personales, ha experimentado una notable evolución en las últimas décadas. En un contexto donde la competencia es cada vez mayor y los consumidores demandan servicios de alta calidad, es esencial que los profesionales del sector cuenten con una formación técnica adecuada y operen dentro de un marco de regulación que garantice tanto la seguridad de los clientes como el desarrollo profesional de los barberos. La regulación y la formación profesional en la barbería son,

por tanto, dos pilares fundamentales que no solo impactan la calidad del servicio ofrecido, sino también la competitividad del sector y la confianza del consumidor.

A nivel global, las normativas que rigen la industria de la barbería varían considerablemente dependiendo del contexto geográfico, económico y social. Mientras en algunos países la barbería sigue siendo una actividad sin una regulación estricta, en otros, las leyes y regulaciones se han ido adaptando para asegurar que los barberos cuenten con los conocimientos adecuados en áreas como higiene, seguridad laboral, uso adecuado de productos, técnicas específicas de corte y afeitado. Estas normativas tienen como objetivo garantizar la protección de la salud y el bienestar de los clientes, a la vez que elevan el nivel profesional de los trabajadores del sector, asegurando que sus habilidades y competencias estén alineadas con los estándares internacionales.

La formación profesional en la barbería ha sido, durante mucho tiempo, una combinación de aprendizaje tradicional y educación formal. Si bien el oficio de la barbería ha sido transmitido de generación en generación a través de prácticas informales y de mentoría, la demanda creciente de estándares de calidad más altos ha impulsado a muchos países a institucionalizar programas educativos especializados. Estas formaciones no solo abarcan técnicas de corte y estilismo, sino también áreas clave como la gestión de negocios, el marketing, la atención al cliente y, más recientemente, las tecnologías digitales, que se han integrado al sector para mejorar la eficiencia operativa y la comunicación con los clientes.

2.1.9 Perspectiva Futuras

Tradicionalmente asociada con servicios básicos de corte y afeitado, ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas. Este sector, que en sus orígenes estuvo marcado por un enfoque funcional y artesanal, se ha reinventado, adaptándose a las demandas cambiantes de los consumidores y las nuevas tendencias sociales y culturales. La incorporación de servicios más especializados, el uso de tecnología avanzada y el auge de un enfoque más personalizado y exclusivo han convertido a las barberías en centros de cuidado personal masculino que ofrecen mucho más que un simple corte de cabello. No obstante, la pregunta que se plantea es: ¿qué depara el futuro para la industria de la barbería? ¿Cómo se adaptarán las barberías a las nuevas realidades sociales, tecnológicas y económicas?

El mundo actual está en constante evolución, y con él, las expectativas de los consumidores en relación con los servicios de barbería. Los cambios en las preferencias culturales, el avance tecnológico, las nuevas regulaciones y las dinámicas económicas ofrecen tanto retos como oportunidades para los profesionales del sector. En este contexto, las perspectivas futuras en la barbería apuntan a un sector cada vez más innovador, con una creciente incorporación de tecnologías, como las plataformas de reservas en línea, los sistemas de fidelización digital, y la integración de la inteligencia artificial en la personalización de los servicios. Además, la sostenibilidad y la conciencia ecológica están emergiendo como tendencias clave, a medida que los consumidores buscan servicios que no solo sean de calidad, sino que también respeten el medio ambiente y promuevan la responsabilidad social.

Por otro lado, la evolución de la masculinidad contemporánea está redefiniendo lo que significa ser hombre en la sociedad actual, lo que se refleja en la diversidad de estilos y servicios que buscan los clientes. Las barberías, lejos de ser lugares homogéneos, se están especializando en ofrecer experiencias que resalten la individualidad de cada cliente. Los modelos de negocio están cambiando, y conceptos como la barbería de lujo, el spa para hombres o el enfoque en una experiencia inmersiva y de bienestar están cobrando fuerza. Estos cambios son una respuesta tanto a la creciente demanda de personalización como a la necesidad de diferenciarse en un mercado saturado y competitivo.

2.2 Gestión de Servicios en Empresas de Atención Personalizada

La gestión de servicios en empresas de atención personalizada ha cobrado una relevancia creciente en los últimos años, impulsada por un cambio significativo en las expectativas de los consumidores. En un mundo donde la competencia es cada vez más feroz y las opciones disponibles para los usuarios son prácticamente infinitas, las empresas que ofrecen servicios deben adaptarse y centrarse en crear experiencias únicas como memorables.

La atención personalizada no solo se ha convertido en una tendencia, sino en una necesidad estratégica para fidelizar a los clientes, garantizar su satisfacción y diferenciarse en mercados saturados.

Este fenómeno es especialmente notorio en sectores como la barbería, donde la relación con el cliente es profundamente interpersonal y la calidad del servicio se mide no solo por el resultado final, sino también por la experiencia vivenciadas. Las empresas dedicadas a la atención personalizada, como las barberías o los salones de belleza, los cuales enfrentan desafíos y oportunidades relacionadas con la gestión efectiva de sus servicios, lo cual involucra desde la planificación y organización operativa hasta la formación y motivación del personal. La calidad de la atención y la capacidad para adaptarse a las necesidades particulares de cada cliente son esenciales para crear una ventaja competitiva sostenible.

La gestión de servicios en estos tipos de empresas requiere un enfoque integral que combine aspectos operativos, estratégicos y humanos. La capacitación constante del personal, la implementación de tecnologías de gestión de citas y la mejora continua en los procesos son solo algunas de las áreas clave que deben gestionarse adecuadamente. Además, la personalización de la experiencia va más allá de la simple adecuación de los servicios a las necesidades individuales, e implica una verdadera capacidad para conectar emocionalmente con el cliente, comprender sus preferencias y generar un ambiente de confianza y exclusividad.

En este contexto, el objetivo de esta tesis es analizar la gestión de servicios en empresas de atención personalizada, con un enfoque específico en las barberías y otros negocios que operan bajo este modelo. Se explorarán los aspectos clave que contribuyen a una gestión efectiva, incluyendo la formación y liderazgo del personal, el uso de tecnologías digitales para optimizar la experiencia del cliente, y las estrategias de fidelización que permiten a estas empresas mantenerse competitivas. Además, se abordarán los retos y oportunidades que surgen al ofrecer servicios altamente personalizados, buscando identificar las mejores prácticas que permitan a las empresas no solo mejorar su eficiencia operativa, sino también crear experiencias que fomenten la lealtad y satisfacción a largo plazo.

2.3 Eficiencia Operativa y Gestión del Tiempo

En el contexto actual de la industria de la barbería, donde la competencia es cada vez más intensa y las expectativas de los consumidores son más altas, la eficiencia operativa y la gestión del tiempo se han convertido en factores determinantes para el éxito de un negocio.

Las barberías, al ser establecimientos que dependen tanto de la habilidad artesanal como de la calidad del servicio al cliente, enfrentan constantes retos en términos de optimización de sus procesos internos, manejo de recursos y maximización del tiempo de trabajo. La capacidad de ofrecer un servicio rápido y de calidad sin comprometer la atención personalizada es clave para mantener la satisfacción del cliente y, a la vez, garantizar la rentabilidad del negocio.

La gestión del tiempo es especialmente crítica en una barbería, donde el flujo constante de clientes y la necesidad de cumplir con citas programadas requieren una planificación eficiente. El tiempo dedicado a cada cliente, la gestión de reservas, la rotación del personal y la coordinación de los servicios son solo algunos de los aspectos que deben ser cuidadosamente administrados para evitar retrasos, optimizar los tiempos de espera y maximizar la productividad de cada jornada laboral. Además, un manejo ineficaz del tiempo puede generar insatisfacción en los clientes, que buscan una experiencia fluida y sin interrupciones, lo que podría impactar negativamente en la fidelización y la reputación del negocio.

Por otro lado, la eficiencia operativa en las barberías involucra no solo la organización del tiempo, sino también la optimización de otros recursos clave, como el uso de materiales y productos, la gestión de inventarios, la contratación y capacitación del personal, como a su vez el mantenimiento adecuado de las herramientas y equipos. Implementar procesos operativos que permitan una ejecución rápida y eficaz de cada servicio, sin sacrificar la calidad, es esencial para alcanzar un equilibrio entre el crecimiento del negocio y la satisfacción del cliente.

2.4 Mejora continua y Calidad Total (TQM)

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, la mejora continua y la calidad total (TQM, por sus siglas en inglés) se han consolidado como conceptos clave para las organizaciones que buscan optimizar sus procesos y satisfacer las crecientes demandas de los consumidores. Estos enfoques no solo buscan alcanzar estándares de calidad más elevados, sino también establecer una cultura organizacional orientada a la perfección y la mejora constante en todos los niveles. La implementación efectiva de la mejora continua y el TQM implica un compromiso permanente con la excelencia, la

identificación y solución de problemas de manera sistemática, y la participación de todos los miembros de la empresa en el proceso de transformación.

En el contexto de la industria de la barbería, estos principios son esenciales para garantizar un servicio de alta calidad, mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones internas de las barberías. Aunque el oficio de la barbería está profundamente ligado a la destreza y la creatividad del barbero, los clientes no solo buscan un buen corte de cabello, sino también una experiencia completa que abarque desde la atención al cliente hasta la eficiencia operativa y la limpieza de las instalaciones. En este sentido, la mejora continua y el enfoque en la calidad total pueden marcar una diferencia significativa en la capacidad de una barbería para mantenerse competitiva y lograr la satisfacción plena de los clientes.

La mejora continua implica una cultura organizacional en la que cada aspecto del servicio, desde la recepción hasta la entrega final, se somete a una evaluación y análisis constantes para identificar áreas de oportunidad y optimizar los resultados. La calidad total, por su parte, va más allá de los resultados inmediatos, integrando un enfoque holístico que involucra a todos los miembros de la organización, desde los barberos hasta los encargados de la administración, en el proceso de mejorar cada detalle de la operación. En este sentido, la implementación de metodologías como el ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar) puede ser una herramienta poderosa para gestionar la mejora continua en las barberías.

2.5 Uso de la Tecnología en la Gestión de servicios

En la actualidad, el uso de la tecnología ha transformado profundamente las operaciones y la gestión de servicios en diversos sectores, incluyendo la industria de la barbería. Tradicionalmente, las barberías se han caracterizado por ser negocios de alto componente artesanal y personal, donde las relaciones cara a cara y el contacto directo con los clientes son esenciales. Sin embargo, en un entorno cada vez más digitalizado y competitivo, las barberías se han visto obligadas a integrar herramientas tecnológicas para optimizar sus procesos, mejorar la experiencia del cliente y mantenerse competitivas en un mercado en constante evolución.

El uso de la tecnología en la gestión de servicios en una barbería va más allá de la simple automatización de tareas; se trata de aprovechar soluciones digitales que permiten

gestionar aspectos cruciales del negocio como la agenda de citas, la gestión de inventarios, la comunicación con los clientes, y la fidelización. La implementación de software de gestión de citas en línea, aplicaciones de pago electrónico, sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) y el uso de redes sociales para la promoción de servicios, no solo optimiza los recursos operativos, sino que también ofrece una experiencia más ágil, personalizada y eficiente para el cliente.

Además, la tecnología facilita la personalización de los servicios, al permitir la recopilación y análisis de datos sobre las preferencias de los clientes, lo que permite a los barberos adaptar sus servicios a las necesidades específicas de cada usuario. Esto no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también fomenta la fidelización a largo plazo. La posibilidad de gestionar el historial de servicios y preferencias, ofrecer promociones personalizadas, y gestionar reservas en tiempo real son ejemplos claros de cómo la tecnología puede elevar la calidad del servicio y la eficiencia operativa.

Por otro lado, las herramientas tecnológicas también optimizan la gestión interna del negocio. Desde la planificación de la jornada laboral hasta el control de la gestión financiera y la rotación de inventarios, las tecnologías permiten a los propietarios de las barberías tomar decisiones basadas en datos, mejorar la productividad y reducir los costos operativos. Estas innovaciones no solo contribuyen a la eficiencia del negocio, sino que también permiten una mejor gestión del tiempo, lo que repercute directamente en la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

2.6 Capacitación y Desarrollo del personal

La calidad del servicio en una barbería está profundamente vinculada con las habilidades, competencias y el profesionalismo del personal que la conforma. En un entorno competitivo y con un mercado cada vez más exigente, la capacitación y el desarrollo del personal se han convertido en factores clave para garantizar la satisfacción del cliente, mejorar la eficiencia operativa y mantener la relevancia de la barbería en un mercado en constante evolución. Si bien las habilidades técnicas son fundamentales, el personal también debe poseer competencias en áreas como la atención al cliente, la gestión del tiempo y el trabajo en equipo, lo que hace que la formación continua y el desarrollo

profesional sean elementos cruciales para el éxito de cualquier negocio dentro de la industria de la barbería.

En muchas barberías, especialmente aquellas de pequeña o mediana escala, el personal puede aprender el oficio a través de la experiencia práctica, el aprendizaje informal y el acompañamiento de barberos experimentados. Sin embargo, a medida que la industria crece y se profesionaliza, es cada vez más necesario que los barberos cuenten con una formación especializada que vaya más allá de las habilidades técnicas. La capacitación formal, que puede incluir desde cursos de técnicas avanzadas hasta programas de desarrollo de habilidades interpersonales, es esencial no solo para mejorar la calidad de los servicios, sino también para crear una cultura organizacional orientada hacia la mejora continua y la excelencia en el servicio.

El desarrollo del personal también implica la creación de un entorno laboral que favorezca el aprendizaje constante y la motivación, así como la implementación de programas de evaluación y retroalimentación que permitan identificar fortalezas y áreas de mejora en cada miembro del equipo. Además, la capacitación debe adaptarse a las tendencias emergentes en el sector, como el uso de nuevas tecnologías en el corte de cabello, las técnicas de styling modernas, o las expectativas de los clientes en cuanto a la experiencia dentro del salón. La constante actualización y la capacitación en tendencias de moda masculina, así como en nuevas herramientas y productos, son imprescindibles para que las barberías se mantengan competitivas y ofrezcan un servicio de alta calidad.

2.7 Satisfacción del Cliente y Fidelización

En un mercado cada vez más competitivo, la satisfacción del cliente y la fidelización se han convertido en pilares fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio, incluyendo las barberías. Los consumidores de hoy en día buscan no solo un servicio de calidad, sino una experiencia única que responda a sus expectativas tanto en términos de resultados como en atención personalizada. La satisfacción del cliente va más allá de la simple entrega de un producto o servicio; implica crear una relación de confianza, brindar un ambiente cómodo y agradable, y ofrecer soluciones que se alineen con las necesidades y deseos específicos de cada cliente. En este contexto, la fidelización, que se basa en la capacidad de un negocio para mantener a sus clientes a largo plazo, se

presenta como un objetivo estratégico para las barberías que buscan diferenciarse y mantenerse relevantes en un mercado con múltiples opciones.

Las barberías, tradicionalmente concebidas como establecimientos dedicados al cuidado del cabello y la barba, han evolucionado hasta convertirse en espacios donde los clientes no solo reciben un servicio de peluquería, sino que buscan una experiencia integral de bienestar y estilo. En este sentido, la satisfacción del cliente en una barbería depende de múltiples factores, que van desde la calidad técnica del corte o afeitado hasta la atención al detalle en la interacción con el cliente, el ambiente del local, la puntualidad en las citas y la personalización de los servicios. Cada uno de estos elementos influye en la percepción del cliente y, por ende, en su nivel de satisfacción.

Por otro lado, la fidelización se refiere a la capacidad de una barbería para convertir a sus clientes satisfechos en clientes recurrentes. Para lograrlo, es crucial que las barberías no solo ofrezcan servicios que cumplan con las expectativas, sino que también implementen estrategias que refuercen la relación con el cliente. Esto incluye la creación de programas de lealtad, el uso de tecnologías para un servicio más ágil y personalizado, y la gestión efectiva de la comunicación con los clientes, lo que puede generar una experiencia más coherente y emocionalmente conectada. La fidelización no solo impacta los ingresos a corto plazo, sino que crea un círculo virtuoso que impulsa la recomendación de la barbería a otros potenciales clientes.

2.8 Programas Software

En la era digital actual, la tecnología ha transformado la manera en que las empresas gestionan sus operaciones y ofrecen sus servicios. Las barberías, al igual que otros negocios del sector de servicios, se han visto beneficiadas por la implementación de programas de software especializados que optimizan la gestión operativa, mejoran la experiencia del cliente y aumentan la eficiencia de los procesos. Estos programas, que abarcan desde la gestión de citas y reservas hasta la administración de inventarios y la facturación, se han convertido en herramientas imprescindibles para las barberías que buscan mantenerse competitivas en un mercado cada vez más digitalizado y exigente.

Los programas de software para barberías ofrecen soluciones integrales que permiten gestionar y automatizar una variedad de procesos internos, desde la programación de citas

y el control de horarios hasta la creación de bases de datos de clientes y la administración financiera. Al integrar estas herramientas tecnológicas, las barberías no solo optimizan sus operaciones diarias, sino que también pueden ofrecer una experiencia más personalizada y eficiente a sus clientes, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y, en última instancia, a la fidelización.

Además, la implementación de estos programas permite a los propietarios de las barberías tomar decisiones basadas en datos precisos. Los informes analíticos sobre la demanda de servicios, la rentabilidad, la rotación de inventarios o el comportamiento de los clientes permiten una gestión estratégica más informada y eficiente. También se facilita la integración de sistemas de pago digital, la gestión de promociones y la comunicación directa con los clientes a través de plataformas digitales, lo que mejora la eficiencia de la barbería y la interacción con los usuarios.

2.8.1 Tipos de Software:

Existen varios tipos de Software, que se pueden clasificar según su propósito, función y forma de uso. A continuación, se detalla las categorías más comunes de software:

1. Software de Sistema

El software de sistema es el que gestiona el hardware de la computadora y proporciona plataformas para otros programas. Son esenciales para el funcionamiento de cualquier dispositivo.

- **Sistema Operativo (SO):** Es el software básico que permite el funcionamiento de una computadora o dispositivo móvil. Ejemplos: Windows, macOS, Linux, Android, iOS.
- **Controladores de hardware:** Programas que permiten que el sistema operativo interactúe con el hardware, como impresoras, tarjetas gráficas, teclados, etc.
- **Utilidades:** Programas que realizan tareas de mantenimiento y optimización del sistema, como antivirus, desfragmentadores de disco, y herramientas de respaldo.

2. Software de Aplicación

Este tipo de software se usa para realizar tareas específicas del usuario, como procesamiento de texto, hojas de cálculo, edición de imágenes, etc.

- Software de Productividad:
 - Procesadores de texto: Microsoft Word, Google Docs.
 - Hojas de cálculo: Microsoft Excel, Google Sheets.
 - Presentaciones: Microsoft PowerPoint, Google Slides.
- Software de Edición de Imagen y Video: Adobe Photoshop, Adobe Premiere, CorelDRAW, Final Cut Pro.
- Software de Diseño 3D: Autodesk AutoCAD, Blender.
- Software de Gestión de Proyectos: Trello, Asana, Basecamp.
- Software de Gestión de Clientes (CRM): Salesforce, HubSpot, Zoho CRM.

3. Software de Desarrollo

Este tipo de software está diseñado para facilitar la creación y el mantenimiento de aplicaciones y sistemas.

- Entornos de Desarrollo Integrado (IDE): Visual Studio, Eclipse, PyCharm.
- Lenguajes de programación: Java, Python, C++, JavaScript.
- Sistemas de Control de Versiones: Git, SVN, Mercurial.

4. Software de Red

El software de red se utiliza para administrar, controlar y optimizar redes de computadoras.

- Software de Gestión de Redes: Wireshark, Cisco Packet Tracer.
- Firewalls: ZoneAlarm, Norton Firewall.
- Software de Virtualización: VMware, VirtualBox, Hyper-V.

5. Software de Seguridad

Este software se utiliza para proteger las computadoras y los datos de los usuarios frente a amenazas externas.

- Antivirus: Norton, McAfee, Kaspersky.
- Antispyware: Spybot, Malwarebytes.
- Software de Cifrado: BitLocker, VeraCrypt.
- Gestores de Contraseñas: LastPass, 1Password, Dashlane.

6. Software de Entretenimiento

Este tipo de software está diseñado para proporcionar diversión o distracción al usuario, como juegos, aplicaciones de música y video.

- Juegos: Fortnite, Minecraft, League of Legends.
- Reproductores de música y video: Spotify, VLC Media Player, Windows Media Player.
- Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter.

7. Software de Base de Datos

El software de base de datos se utiliza para almacenar, organizar y gestionar grandes cantidades de datos, permitiendo su recuperación eficiente.

- Sistemas de Gestión de Bases de Datos Relacionales (RDBMS): MySQL, Oracle Database, Microsoft SQL Server.
- Bases de Datos No Relacionales: MongoDB, Cassandra, CouchDB.

8. Software de Gestión Empresarial

Este software se usa para gestionar los procesos y recursos dentro de las organizaciones, incluyendo finanzas, inventarios, recursos humanos, etc.

- ERP (Enterprise Resource Planning): SAP, Oracle ERP, Microsoft Dynamics.

- Software de Gestión de Inventarios: TradeGecko, Zoho Inventory.
- Software de Gestión de Recursos Humanos (HRM): ADP, BambooHR, Workday.

9. Software de Software-as-a-Service (SaaS)

Es una modalidad de software que se ofrece como un servicio en la nube, accesible a través de Internet.

- Aplicaciones de productividad en la nube: Google Workspace, Microsoft 365.
- Herramientas de colaboración: Slack, Zoom, Dropbox.
- Plataformas de Marketing Digital: Mailchimp, Hootsuite.

10. Software de Inteligencia Artificial (IA) y Análisis de Datos

Este software está diseñado para realizar tareas que requieren procesamiento avanzado, como el análisis de datos masivos, el aprendizaje automático y la automatización de tareas.

- Plataformas de Machine Learning: TensorFlow, PyTorch, Scikit-learn.
- Análisis de Big Data: Hadoop, Apache Spark.
- Plataformas de BI (Business Intelligence): Tableau, Power BI.

11. Software de Gestión de Servicios

Este software ayuda en la gestión de operaciones y servicios dentro de empresas de diferentes industrias, incluyendo barberías, hospitales y restaurantes.

- Software para Barberías: Vagaro, Fresha, Booksy.
- Software de Reservas: OpenTable (para restaurantes), Resy (para restaurantes).

12. Software de Cloud Computing

Son plataformas que permiten almacenar, procesar y acceder a aplicaciones y datos en servidores remotos (en la nube).

- Almacenamiento en la nube: Google Drive, Dropbox, OneDrive.

- Plataformas de computación en la nube: Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure, Google Cloud Platform (GCP).

2.9 Software FRESHA

En la actualidad, la tecnología juega un papel esencial en la mejora de la eficiencia y la competitividad de las empresas, incluyendo aquellas del sector de servicios personales como las barberías. En este contexto, los programas de gestión de citas y servicios, como Fresha, han emergido como herramientas claves para optimizar las operaciones, mejorar la experiencia del cliente y facilitar la administración diaria de estos establecimientos. Fresha es un software especializado en la gestión de citas, programación de horarios, ventas y marketing, diseñado para satisfacer las necesidades de los negocios de atención personal, como las barberías. Este sistema ofrece una amplia gama de funcionalidades que permiten automatizar y optimizar procesos que anteriormente requerían una gestión manual intensiva.

La solución n.º 1 para belleza y bienestar

lución, un software. Los mejores profesionales del sector de belleza y bienestar ya con Fresha

Más de

1000 millones

de citas reservadas en Fresha

Más de

120 países

utilizan Fresha

Más de

110000

partners

Más de

450 000

estilistas y profesionales

La barbería Barber Gabbana, al ser una empresa que depende de la interacción directa con los clientes y de la prestación de servicios de alta calidad en tiempos reducidos, se enfrenta a retos en la gestión eficiente del tiempo, la organización de turno y la atención al cliente. Aquí es donde el uso del software Fresha puede marcar una diferencia significativa. Este software permite a los propietarios de la barbería Barber Gabbana a gestionar las citas de manera eficiente, reducir las ausencias o retrasos, y crear una experiencia más fluida y profesional tanto para los clientes como para los profesionales. Además, Fresha también facilita el control de inventarios, la facturación, la creación de promociones y descuentos, como también la recopilación de datos valiosos sobre el comportamiento del cliente, lo que permite tomar decisiones más informadas y estratégicas.

2.10 Como agendar una cita en el Software Fresha

2.10.1 Punto de vista del Cliente

El cliente puede acceder a Fresha a través de la página Web o la aplicación móvil, donde podrá seleccionar el servicio deseado, como un corte de cabello, afeitado, arreglo de barba, entre otros.

Seleccionar servicios

Colores **Cortes de cabello / Barba / ...**

Cortes de cabello / Barba / Lineas

Perfilado de cejas y lineas 5 min \$1.000	+
Corte de Cabello 55 min \$10.000	+
Corte de Cabello y Barba 55 min \$15.000	✓

Barber Gabbana
5.0 ★★★★★ (12)
Rafael Sotomayor 1130, Copiapó

Corte de Cabello y Barba 55 min	\$15.000
Total	15.000 CLP

Continuar

Ya seleccionado el tipo de servicios que necesita podrás continuar y seleccionar la hora y día de la reserva donde el cliente puede ver un calendario con los horarios disponibles, los

cuales están basados en la agenda del profesional y el tiempo que el servicio toma para completarse

Servicios > Hora > Confirmar

Seleccionar hora

diciembre 2024

6 7 8 9 10 11 12 13 14
vie sáb dom lun mar mié jue vie sáb

12:00
13:00
14:00
16:00

Barber Gabbana
5.0 ★★★★★ (12)
Rafael Sotomayor 1130, Copiapó

Corte de Cabello y Barba \$15.000
55 min con Jaison

Total 15.000 CLP

Continuar

Ya registrada la hora y el día de la cita, quedará automáticamente agendada donde los profesionales de la barbería Barber Gabbana podrán visualizarla en el software, además de otra información relevante del cliente.

fresha

Hoy < 2 - 8 dic, 2024 > Jaison Gabbana

2 lunes 3 martes 4 miércoles 5 jueves 6 viernes 7 sábado 8 domingo

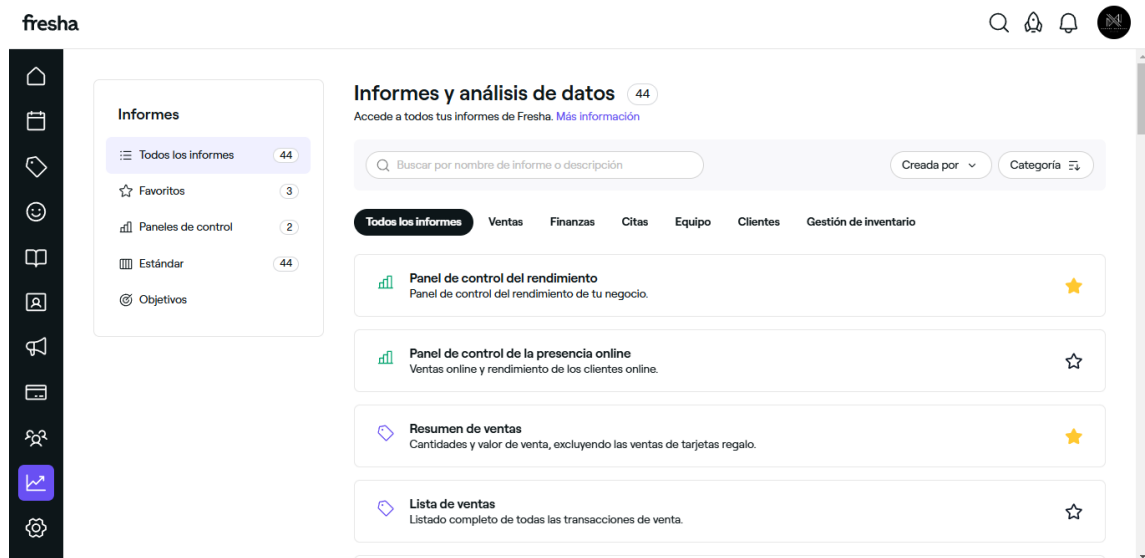
Time	2 lunes	3 martes	4 miércoles	5 jueves	6 viernes	7 sábado	8 domingo
12:00		12:00 - 12:55 Ignacio Galleguillos Corte de Cabello				12:00 - 12:55 Hugo Vera Corte de Cabello	
13:00		13:00 - 13:55 Miguel Vargas Corte de Cabello	13:00 - 13:55 Sin cita Corte de Cabello				
14:00		14:00 - 14:55 Miguel Vargas Corte de Cabello		14:00 - 14:55 José Luis Faunes severino Corte de Cabello			
15:00							
16:00		16:00 - 16:55 David Gallego Corte de Cabello					
17:00		17:00 - 17:55 benjamin alexis Corte de Cabello	17:00 - 17:55 Alexis Aracena Corte de Cabello				

Beneficios de agendar citas con Fresha

- Optimización del tiempo: Evita las sobrecargas o el vacío entre citas, gestionando eficazmente los turnos y las horas de los profesionales.
- Mayor comodidad para el cliente: Los clientes pueden ver disponibilidad en tiempo real, elegir su servicio y pagar anticipadamente si lo desean.
- Reducción de ausencias: Gracias a los recordatorios automáticos, se reduce el número de ausencias y retrasos.
- Gestión centralizada: Los datos de las citas, clientes, pagos e historial de servicios están centralizados, lo que facilita el seguimiento y la mejora del servicio.

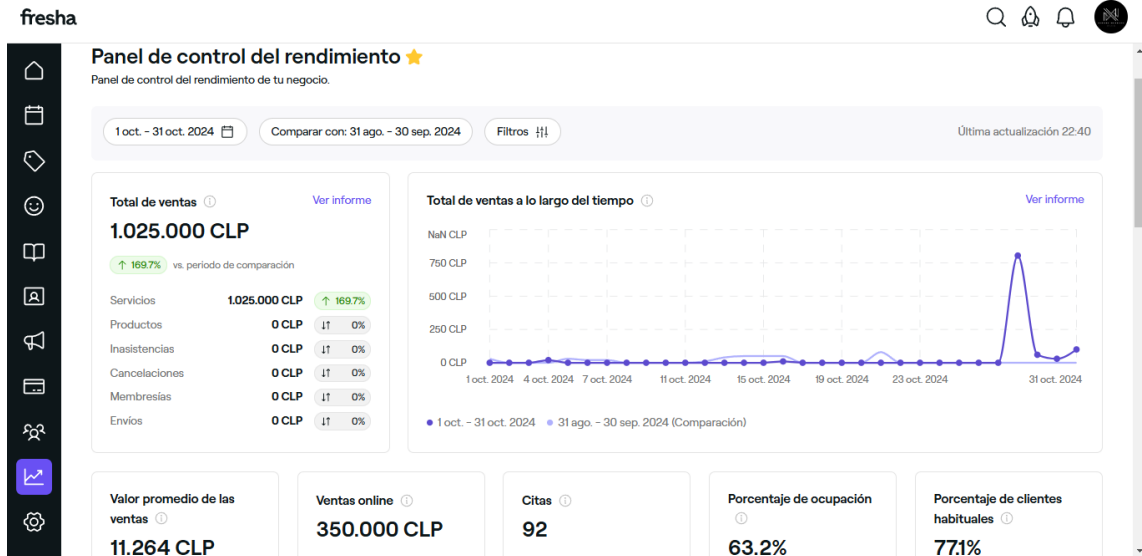
2.11 Acceso a informes de la empresa

Fresha es un software innovador y robusto diseñado principalmente para la gestión de salones de peluquería, belleza, spas, barberías y otros negocios del sector de la estética. Una de sus principales características es la facilidad con la que los usuarios pueden acceder a diversos informes y reportes clave para optimizar la administración de sus actividades. A través de una interfaz intuitiva, Fresha permite a los usuarios puedan acceder a informes detallados sobre las finanzas, el rendimiento de los empleados, las reservas y la satisfacción de los clientes, entre otros aspectos.



The screenshot displays the Fresha dashboard interface. At the top left, the 'fresha' logo is visible. The main navigation menu on the left includes icons for home, calendar, location, mood, control panels, standard views, and objectives. The central area is titled 'Informes y análisis de datos' with a '44' badge. Below the title, there is a search bar and filters for 'Creada por' and 'Categoría'. A horizontal menu lists categories: 'Todos los informes', 'Ventas', 'Finanzas', 'Citas', 'Equipo', 'Clientes', and 'Gestión de inventario'. The main content area shows four report cards: 'Panel de control del rendimiento', 'Panel de control de la presencia online', 'Resumen de ventas', and 'Lista de ventas', each with a star icon for favoriting.

El acceso a los informes dentro de Fresha es sencillo y se encuentra centralizado en un panel de control desde donde los usuarios pueden elegir el tipo de reporte que desean consultar. Los informes están organizados por categorías específicas, como ventas, servicios prestados, métricas de clientes y tiempos de atención. Además, se pueden personalizar según las fechas o periodos requeridos, lo que ofrece una gran flexibilidad para la toma de decisiones informadas.



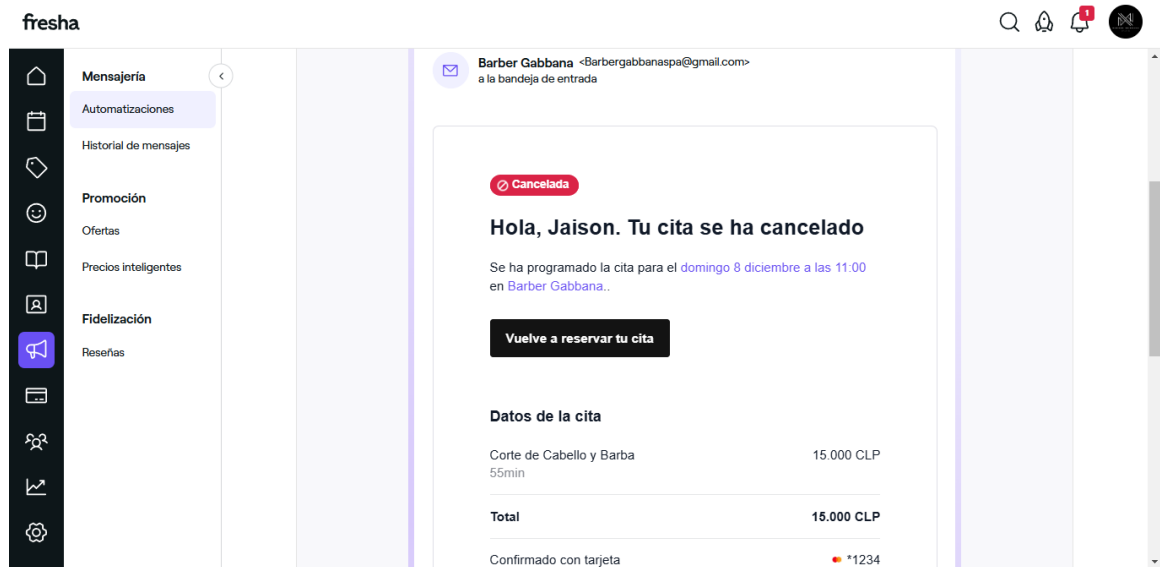
A través de estos informes, Fresha ayuda a los propietarios y gerentes de negocios a tener una visión clara y precisa de su rendimiento, permitiéndoles identificar tendencias, mejorar la eficiencia operativa y, en última instancia, mejorar la experiencia del cliente.

2.12 Políticas de cancelación y reprogramación de citas

Las políticas de cancelación y reprogramación de citas en el software Fresha están diseñadas para ofrecer flexibilidad tanto a los clientes como a los propietarios de negocios del sector de la estética, mientras se mantiene una gestión eficiente de los recursos y el tiempo. Fresha permite a los usuarios establecer reglas claras y personalizadas para la cancelación y reprogramación de citas, ayudando a minimizar los efectos negativos que pueden generar las ausencias inesperadas o cambios de última hora.

A través de su plataforma intuitiva, los negocios pueden definir políticas específicas en cuanto al tiempo límite para cancelar o reprogramar citas, así como aplicar tarifas

adicionales en caso de que no se cumplan con las condiciones establecidas. Las opciones permiten establecer márgenes de tiempo flexibles, desde 24 horas hasta períodos más cortos, adaptándose a las necesidades de cada negocio. Además, Fresha facilita la notificación automática de recordatorios a los clientes, lo que ayuda a reducir las cancelaciones tardías.



Estas políticas no solo protegen el tiempo y la disponibilidad de los profesionales, sino que también contribuyen a mejorar la organización del negocio, garantizando una experiencia más fluida para los clientes y una gestión más eficiente de las citas. La transparencia y la facilidad de uso son claves en el diseño de estas funcionalidades, lo que permite a los usuarios ajustar las políticas según su tipo de negocio y las necesidades de su clientela.

CAPITULO III

3. Estructura Organizacional

3.1 Misión

Proponer y ejecutar acciones estratégicas que optimicen los procesos internos, aumenten la calidad de los servicios ofrecidos, y mejorar la satisfacción del cliente en la Barbería Barber Gabbana de la ciudad de Copiapó. Esto incluye la mejora de la gestión de tiempos,

la calidad del servicio, la capacitación del personal y la implementación de herramientas tecnológicas que favorezcan una mayor organización y efectividad en la Barbería.

3.2 Visión

Ser la Barbería líder en la ciudad de Copiapó, reconocida por ofrecer un servicio de alta calidad, eficiente e innovador que supere las expectativas de nuestros clientes. A través de la optimización continua de nuestros procesos, la capacitación de nuestro personal y la implementación de tecnologías de innovadoras, buscamos crear una experiencia única y personalizada para cada cliente. Por tanto, nuestra visión es ser un referente en el sector de la estética, destacándonos no solo por la excelencia en cortes y servicios ofrecidos, sino también por nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades cambiantes del mercado y la fidelidad de nuestra comunidad.

3.3 Valores

Los valores fundamentales que guiaran el plan de mejora en la Barbería Barber Gabbana están orientados a fortalecer la cultura organizacional, asegurar la satisfacción de nuestros clientes y mejorar la calidad del servicio que ofrecemos. Estos valores son los principios que deben prevalecer en todas nuestras operaciones y en la interacción con los clientes.

1. **Compromiso con la Calidad:** Nos comprometemos a brindar servicios de la más alta calidad, tanto en la ejecución de cortes y tratamientos como en la atención al cliente. La calidad es la base de nuestra reputación y siempre buscamos superar las expectativas de nuestros clientes.
2. **Innovación:** La innovación es clave para mantenernos a la vanguardia del mercado. Estamos comprometidos con la mejora constante mediante la implementación de nuevas tecnologías, métodos de trabajo eficientes y la actualización constante de nuestros servicios.
3. **Atención Personalizada:** Cada cliente es único, por lo que nos esforzamos por ofrecer un servicio personalizado que cumpla con sus necesidades y preferencias. La atención cercana y dedicada es uno de nuestros sellos distintivos.
4. **Eficiencia Operativa:** La eficiencia operativa es esencial para optimizar los recursos y maximizar la satisfacción del cliente. Esto incluye reducir tiempos de

espera, mejorar la gestión de citas y maximizar la utilización del espacio y el tiempo de trabajo.

5. Trabajo en Equipo: Fomentamos un ambiente de colaboración y respeto mutuo entre todo el equipo de trabajo. El éxito de Barber Gabbana depende del esfuerzo conjunto, donde cada miembro juega un papel crucial para el logro de los objetivos.
6. Responsabilidad y Compromiso: Asumimos con responsabilidad cada aspecto del servicio que brindamos, desde el trato con los clientes hasta la gestión eficiente de los recursos. El compromiso con la calidad y la excelencia debe ser una constante en todas las acciones diarias.
7. Transparencia: Fomentamos un ambiente de confianza tanto con nuestros clientes como dentro del equipo de trabajo, asegurando siempre una comunicación abierta y honesta en todos los aspectos de la gestión del negocio.
8. Sostenibilidad: Nos preocupamos por el impacto ambiental de nuestras operaciones, por lo que buscamos implementar prácticas que contribuyan a la sostenibilidad del negocio y del entorno.
9. Pasión por el Servicio: Nos apasiona lo que hacemos y queremos que esa pasión se refleje en cada servicio que ofrecemos. La barbería es más que un trabajo; es una vocación de atención, cuidado y dedicación al cliente.

3.4 Políticas

La gestión eficiente de citas y tiempos de espera es fundamental para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la operación diaria de la barbería Barber Gabbana. A continuación, se presentaran las políticas que guiaran la gestión de citas y tiempos de espera, asegurando un servicio ágil, puntual y sin contratiempos.

1. Política de reserva de citas: Facilitar la programación de citas para evitar la sobrecarga de trabajo, reducir los tiempos de espera y proporcionar una experiencia más organizada para los clientes.
 - Sistema de reserva: La barbería utilizará un sistema de reservas en línea (página web o aplicación móvil) que permita a los clientes seleccionar el

tipo de servicio, el barbero de su preferencia y la franja horaria más conveniente.

- Recordatorio de citas: Todas las citas reservadas serán recordadas al cliente mediante un mensaje automático (correo electrónico, SMS o notificación de la app) 24 horas antes del servicio.
- Tiempo de reserva: Las citas deben reservarse con al menos 24 horas de antelación.

2. Política de cancelación y reprogramación de citas: Mantener una programación eficiente de citas y reducir las pérdidas de tiempo debido a cancelaciones o reprogramaciones de última hora.

- Cancelación sin cargo: Las cancelaciones o reprogramaciones pueden realizarse sin cargo hasta 24 horas antes de la cita programada.
- Cancelaciones Tardías: Las cancelaciones realizadas dentro de las 12 horas previas a la cita o no presentarse a la cita. Estarán sujetas a una tarifa de cancelación equivalente al 50% del costo del servicio reservado.
- Reprogramación de cita: Los clientes podrán reprogramar su cita una vez sin costo adicional, siempre que lo hagan con más de 24 horas de anticipación.

3. Política de tiempos de espera: Minimizar los tiempos de espera de los clientes y garantizar una experiencia eficiente y agradable dentro de la Barbería.

- Cumplimiento de Horarios: La barbería se compromete a iniciar cada servicio a la hora exacta según la cita programada. Si un cliente llega tarde, el tiempo restante del servicio será ajustado en consecuencia.
- Tiempo de espera Máximo: En caso de que haya un retraso debido a una cita anterior o imprevistos, se notificará al cliente con anticipación. El tiempo de espera máximo permitido será de 15 minutos; si el retraso es mayor, el cliente podrá reprogramar su cita o se le ofrecerá un descuento en el servicio.
- Alternativas en caso de espera prolongada: Si un cliente se ve obligado a esperar más de 15 minutos, se le ofrecerá una alternativa como una bebida

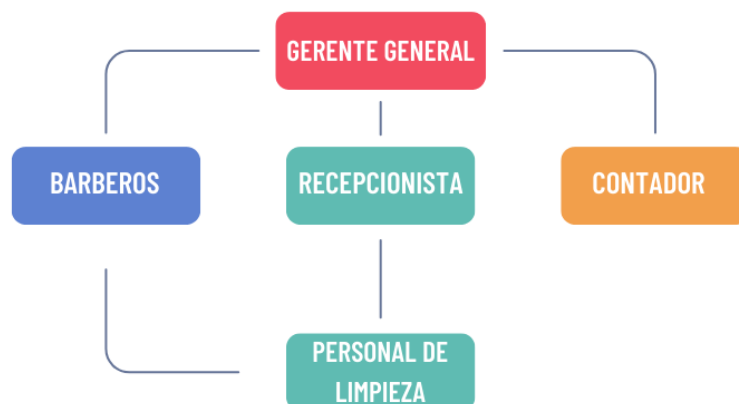
de cortesía o descuento en el siguiente servicio como forma de compensación por el tiempo de espera.

4. Política de tiempo estimado por servicio: Establecer tiempos estimados para la ejecución de cada servicio, de modo que los clientes tengan una experiencia clara y el personal pueda organizarse.
 - Servicio Estándar: Cada tipo de servicio (corte, afeitado, tratamiento capilar, etc.) tendrá un tiempo estimado de duración que se comunicará al cliente al momento de la reserva.
 - Márgenes de Tiempo: Para evitar retrasos, se dejarán márgenes de tiempo entre las citas de cada cliente, asegurando que no se solapen los servicios.
 - Personalización de Servicios: Los tiempos de los servicios personalizados, como los cortes de diseño o afeitados especiales, serán estimados con base en las necesidades del cliente. Los barberos comunicarán cualquier ajuste en los tiempos antes de comenzar el servicio.

3.5 Estructura Organizacional

Una estructura organizacional es el sistema que define como se organizan y distribuyen las funciones, roles, responsabilidad, y flujos de comunicación dentro de una empresa o negocio.

DIAGRAMA ORGANIZACIONAL



En la barbería Barber Gabbana, la estructura organizacional establece como se coordinan las tareas del local entre los diferentes miembros del equipo, como la toma de decisiones, la gestión de recursos humanos, materiales y financieros para garantizar un servicio eficiente y de calidad.

Tener una estructura organizacional clara y eficiente es fundamental para garantizar la operatividad fluida del negocio, la satisfacción del cliente, la gestión de recursos y el crecimiento de esta. Sin una estructura adecuada, la Barbería Barber Gabbana podría enfrentar confusión interna, tiempos de espera largos, falta de coordinación y una disminución en la calidad del servicio.

3.5.1 Descriptores de Cargo

1. Propietario / Gerente General

- Supervisión general del negocio
- Toma de decisiones estratégicas y operativas.
- Gestión de finanzas (presupuestos, gastos, precios).
- Supervisión de la implementación de planes de marketing y promoción.
- Control de la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.
- Contratación y formación del personal clave.
- Relaciones públicas y gestión de la imagen del negocio.

2. Coordinador de Citas / Recepcionista

- Gestión de reservas y citas de los clientes
- Control de la agenda y asegurarse de que los tiempos de servicio sean respetados.
- Recibimiento de los clientes a su llegada, gestión de la sala de espera.
- Proporcionar información sobre los servicios, precios y promociones.
- Manejo de pagos y cobros a los clientes.
- Control de la base de datos de clientes y seguimiento de fidelización.
- Gestión de la comunicación (llamadas telefónicas, redes sociales, correos electrónicos)

3. Barberos / Estilistas (Equipo de Profesionales)

- Realización de cortes de cabello, afeitados, y otros servicios relacionados.
- Asesoramiento a los clientes sobre estilos de corte y cuidados capilares.
- Mantenimiento de herramientas de trabajo (Maquinas, tijeras, navajas).
- Atención personalizada al cliente durante todo el proceso.
- Mantener un nivel de higiene y limpieza en su estación de trabajo.
- Participación en la formación continua sobre nuevas tendencias y técnicas.
- Contribución al ambiente amigable y profesional de la barbería.
- Cumplir con los tiempos estimados de los servicios y atender puntualmente a los clientes

4. Personal de Limpieza / Mantenimiento

- Mantenimiento y limpieza de las instalaciones (Baños, pisos, superficies comunes y zonas de trabajo).
- Reposición de productos de higiene (Papel higiénico, jabón, toallas, etc)
- Control del aseo general, incluidas las áreas de recepción y espera.

5. Contador / Administrador Financiero

- Gestión de las finanzas y presupuestos del negocio.
- Control de ingresos, egresos y flujo de caja.
- Realización de informes financieros y fiscales.
- Supervisión de los pagos a proveedores, sueldos, impuestos, etc.
- Planificación y seguimiento de los costos operativos y rentabilidad del negocio.
- Evaluación del rendimiento financiero de la barbería y recomendaciones para mejorar la rentabilidad.

CAPITULO IV

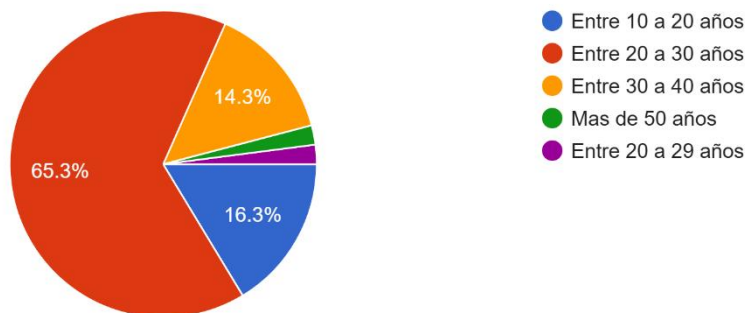
4. Metodología

4.1 Resultado de Encuesta

El presente análisis se basa en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la barbería Barber Gabbana, con el objetivo de conocer sus preferencias, hábitos y opiniones sobre diversos aspectos del servicio. La información recopilada permitirá identificar las áreas de oportunidades y fortalezas, así como evaluar la viabilidad de implementar herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. A continuación, se presentan los gráficos con los datos más relevantes y un análisis detallado de cada uno, lo cual servirá como base para proponer mejoras en los procesos y servicios de la barbería.

1. ¿Cuál es el rango de Edad?

¿Cual es tu rango de edad
49 respuestas



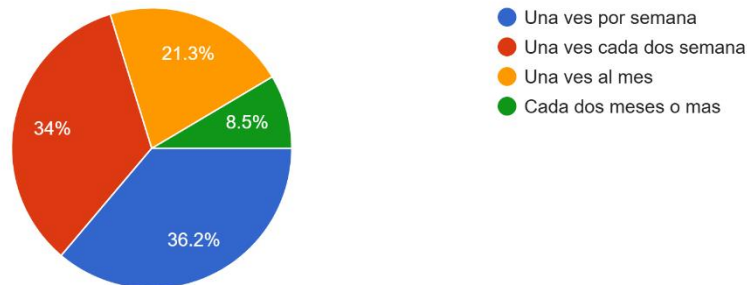
El rango de edad de los clientes es un factor clave para conocer mejor el perfil demográfico de quienes visitan la barbería. Esto permite entender las preferencias y necesidades según su grupo etario.

El análisis revela que la mayoría de los clientes (65.3%) tiene entre 20 y 30 años, lo que indica que este es el segmento principal al cual la barbería debe enfocar sus estrategias de marketing y servicios. Otros grupos significativos son los clientes de entre 10 a 20 años (16.3%) y entre 30 a 40 años (14.3%). Esto sugiere que los servicios deben diseñarse principalmente para un público y adulto jóvenes.

2. ¿Con que frecuencia asiste a la Barberia Barber Gabbana?

¿Con que frecuencia asiste a la barbería "Barber Gabbana"

47 respuestas



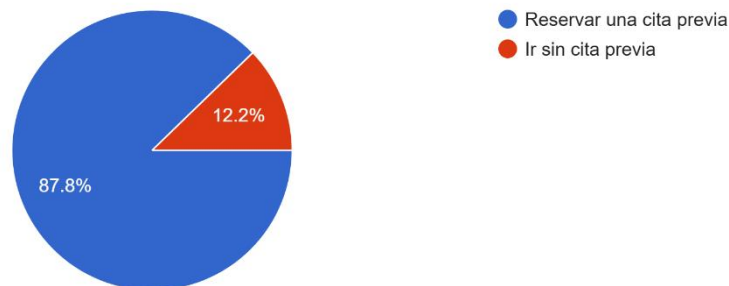
La frecuencia con la que los clientes visitan la barbería es crucial para evaluar la lealtad del cliente y la sostenibilidad del negocio, así como para identificar patrones de demanda.

Los resultados muestran que el 36.2% de los clientes asiste una vez por semana, lo que representa una alta regularidad y demuestra la fidelidad de un grupo importante. Sin embargo, el 34% visita la barbería cada dos semanas, y un 21.3% lo hace una vez al mes, lo que indica una frecuencia más moderada. Solo el 8.5% asiste cada dos meses o más, reflejando una menor interacción con este segmento. Estas cifras sugieren que la barbería debe mantener su enfoque en los clientes frecuentes mientras diseña estrategias para aumentar la recurrencia en los segmentos menos habituales.

3. ¿Prefieres reservar una cita o ir sin cita previa a la Barberia Barber Gabbana?

¿Prefieres reservar una cita o ir sin cita previa a nuestra Barberia?

49 respuestas



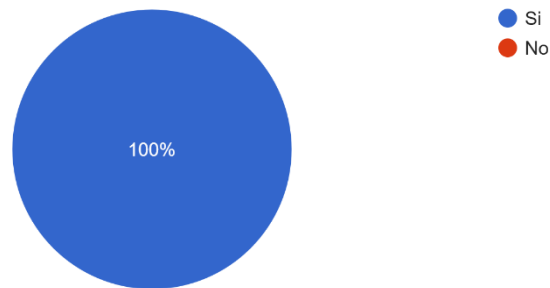
Conocer las preferencias de los clientes respecto al sistema de citas ayuda a determinar la importancia de contar con herramientas que faciliten la gestión de turnos y eviten tiempos de espera.

Una abrumadora mayoría, el 87.8% de los clientes, prefiere reservar una cita previa, lo que demuestra que existe una fuerte preferencia por la planificación y la comodidad. Solo el 12.2% opta por acudir sin cita previa. Esto indica que herramientas como el software Fresha son fundamentales para satisfacer las expectativas de los clientes y optimizar la experiencia en la barbería.

4. ¿Te gustaría saber la disponibilidad de nuestros barberos?

¿Te gustaría saber la disponibilidad de nuestros Barberos?

50 respuestas

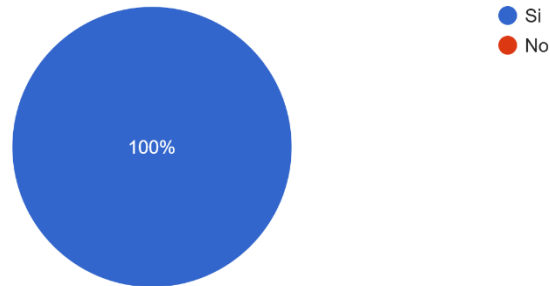


Entender si los clientes valoran la información sobre la disponibilidad de los barberos permite ajustar las estrategias de comunicación y transparencia en los servicios.

El 100% de los clientes manifestó interés en conocer la disponibilidad de los barberos, lo que refuerza la necesidad de implementar sistemas que brinden esta información de manera clara y accesible. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también incrementa la eficiencia operativa y la percepción de profesionalismo.

5. ¿Te gustaría ver los precios de todos los servicios y productos que ofrece la barbería Barber Gabbana?

¿Te gustaría ver los precios de todos los servicios y productos que ofrece nuestra Barberia?
50 respuestas

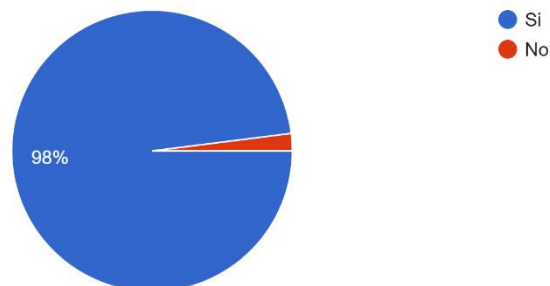


Conocer el interés de los clientes en acceder a la información de precios es fundamental para evaluar la transparencia y mejorar la experiencia de usuario en la barbería.

El 100% de los encuestados expresó su interés en conocer los precios de todos los servicios y productos ofrecidos. Esto subraya la importancia de proporcionar esta información de manera clara y accesible, lo que podría lograrse mediante el uso de plataformas digitales como Fresha. Esto no solo mejoraría la satisfacción del cliente, sino que también fomentaría la confianza y facilitaría la planificación de las citas.

6. ¿Cuentas con red a internet?

¿Cuentas con red a internet?
50 respuestas



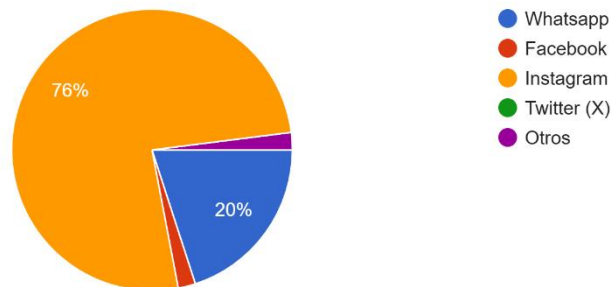
El acceso a internet es un factor determinante para implementar herramientas digitales, ya que permite a los clientes interactuar con las plataformas de la barbería.

El 98% de los clientes afirmó tener acceso a internet, lo que indica que la mayoría está en condiciones de utilizar sistemas en línea como Fresha para agendar citas y consultar información. Este dato respalda la viabilidad de digitalizar procesos y promover la interacción a través de plataformas digitales.

7. ¿Cuál es tu plataforma virtual que más utilizas?

¿Cuál es tu plataforma virtual que mas utilizas?

50 respuestas

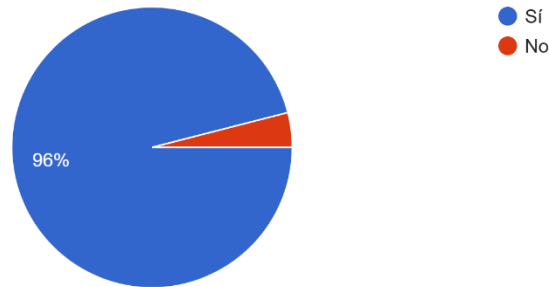


Identificar las plataformas más utilizadas por los clientes ayuda a diseñar estrategias de marketing digital efectivas y a mantener una comunicación directa con ellos.

Instagram lidera como la plataforma más utilizada con un 76%, seguida de WhatsApp con un 20%. Esto sugiere que los esfuerzos de comunicación y promoción deben enfocarse principalmente en estas plataformas, especialmente en Instagram, para llegar al público objetivo de manera más efectiva. Otras redes sociales tienen una relevancia mínima entre los encuestados.

8. ¿Te gustaría recibir un recordatorio previo de tu cita por mensaje de texto o correo electrónico?

¿Te gustaría recibir recordatorio previo de tu cita por mensaje de texto o correo electrónico?
50 respuestas

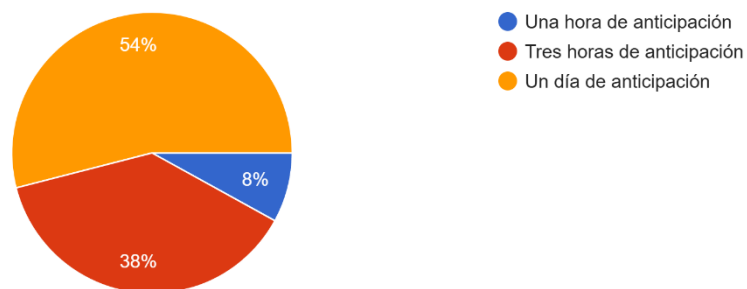


Ofrecer recordatorios previos puede ayudar a reducir las ausencias y mejorar la planificación tanto para los clientes como para la barbería.

El 96% de los encuestados mostró interés en recibir recordatorios de sus citas, lo que refuerza la importancia de implementar esta funcionalidad en herramientas de gestión como Fresha. Esto no solo mejoraría la experiencia del cliente, sino que también optimizaría la organización de turnos dentro de la barbería.

9. ¿Cuánto crees que es el tiempo adecuado para programar o cancelar una cita?

¿Cuánto crees es el tiempo adecuado para programar o cancelar una cita?
50 respuestas

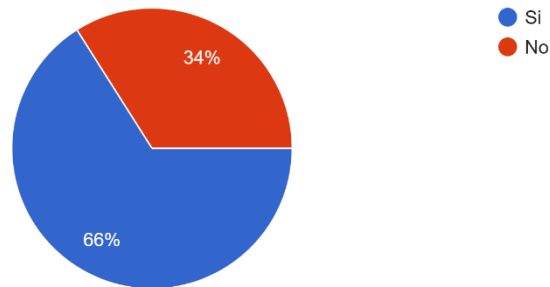


Conocer la percepción de los clientes sobre el tiempo adecuado para programar o cancelar una cita ayuda a establecer políticas claras y alineadas con sus expectativas, mejorando así la gestión de turnos.

El 54% de los encuestados considera que un día de anticipación es el tiempo adecuado para programar o cancelar una cita, mientras que un 38% opina que tres horas de anticipación son suficientes. Solo el 8% prefiere una hora de anticipación. Esto sugiere que la mayoría de los clientes valora una planificación con tiempo suficiente, lo que podría reflejarse en las políticas del sistema de gestión de citas de la barbería para satisfacer estas expectativas.

10. ¿Crees que al implementar un software mejoraría la eficiencia en la prestación del servicio?

¿Crees que al implementar un Software mejoraría la eficiencia en la prestación del servicio?
50 respuestas



La percepción de los clientes sobre el impacto de un software en la eficiencia del servicio es clave para justificar la inversión en herramientas digitales.

El 66% de los clientes cree que implementar un software mejoraría la eficiencia en la prestación del servicio, mientras que un 34% no lo considera necesario. Esto indica que, aunque una mayoría ve con buenos ojos.

El presente análisis se basa en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la barbería Barber Gabbana, con el objetivo de conocer sus preferencias, hábitos y opiniones sobre diversos aspectos del servicio. La información recopilada permitirá identificar las áreas de oportunidad y fortalezas, así como evaluar la viabilidad de implementar herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. A continuación, se presentan los gráficos con los datos más relevantes

y un análisis detallado de cada uno, que servirá como base para proponer mejoras en los procesos y servicios de la barbería.

CONCLUSIÓN

La implementación de un Plan de Mejora para Optimizar la Gestión de Ejecución de Servicios en la Barbería Barber Gabbana de la ciudad de Copiapó representa un paso crucial hacia la consolidación de la empresa como un referente en el sector de la belleza masculina, permitiéndole maximizar su eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente. A lo largo de esta investigación, se ha identificado que, aunque la barbería cuenta con una estructura sólida, existen áreas que requieren optimización para alcanzar un nivel óptimo de desempeño en términos de servicio, tiempos de espera, y satisfacción del cliente.

Uno de los hallazgos más relevantes es la necesidad de mejorar la gestión de citas y tiempos de espera, lo que permitirá reducir la congestión durante las horas pico y garantizar un servicio más ágil y organizado. La implementación de un sistema de reservas online, complementado con una gestión automatizada de horarios, podría simplificar y agilizar el proceso, beneficiando tanto a los clientes como al personal de la barbería.

Desde una perspectiva estratégica, este plan también enfatiza la importancia de la adaptación a las nuevas tendencias del mercado, como el uso de tecnologías innovadoras y la personalización de los servicios. En un contexto de creciente competencia, ser capaces de ofrecer experiencias únicas e innovadoras, como el corte de cabello personalizado o el servicio premium, puede marcar la diferencia y fidelizar a los clientes a largo plazo.

En términos económicos, las mejoras en la gestión de servicios implican también un impacto directo en la rentabilidad del negocio. Optimizar los recursos humanos y materiales, mejorar la eficiencia operativa y reducir tiempos improductivos son factores que, al ser implementados correctamente, permitirán no solo mejorar la rentabilidad, sino también ofrecer precios competitivos sin sacrificar la calidad.

Finalmente, la implementación de este Plan de Mejora debe ser vista como un proceso dinámico y flexible, capaz de adaptarse a los cambios del mercado como también a las necesidades del cliente. La constante evaluación de los resultados, la retroalimentación de

los empleados y la observación del comportamiento del mercado son herramientas clave para asegurar que la barbería continúe evolucionando y manteniendo su competitividad en el futuro.

En conclusión, este plan es una herramienta esencial para que la Barbería Barber Gabbana de la ciudad de Copiapó logre una gestión eficiente de sus servicios, satisfaga de manera más efectiva a sus clientes, y se posicione como líder en el mercado local de la barbería. Si se ejecuta adecuadamente, las mejoras propuestas no solo optimizarán los procesos internos, sino que también contribuirán al fortalecimiento de la marca, al crecimiento sostenido y a la creación de una relación sólida y duradera con los clientes.

ANEXOS

Glosario de Palabras Claves

- **Fidelización:** Es un proceso estratégico que busca crear y mantener una relación duradera y leal entre una empresa y sus clientes.
- **Rentabilidad:** Es un concepto económico que se refiere a la capacidad de una inversión, un proyecto o una empresa para generar beneficios o ingresos en relación con los costos o inversiones realizadas.
- **Herramienta Digital:** Es un software o aplicación que se utiliza para realizar tareas específicas en un entorno digital.
- **Optimización:** Es el proceso de mejorar o maximizar la eficiencia, efectividad o rendimiento de un sistema, proceso o función.
- **Eficiencia:** Es la capacidad de lograr un objetivo o realizar una tarea de manera efectiva y con el mínimo desperdicio de recursos.
- **Minimización:** Implica a la reducción o simplificación de algo para mejorar su comprensión, eficiencia o efectividad.
- **Sistema Digital:** Es un conjunto de componentes y procesos que trabajan juntos para procesar, almacenar y transmitir información digital.
- **Satisfacción:** Es un estado emocional y psicológico que se experimenta cuando se cumplen las expectativas, necesidades o deseos de una persona.
- **Automatización:** Es el proceso de utilizar tecnología para realizar tareas de manera automática, sin la intervención humana directa.
- **Maximizar:** Es el proceso de obtener el máximo beneficio, resultado o eficiencia posible en una situación o proceso determinado.

BIBLIOGRAFIA

Editorial Etecé (29 de agosto de 2024) *Tipos de Software*. Concepto. Consultado el 29 de agosto de 2024.

<https://concepto.de/software/>

(28 de marzo de 2017) *Breve historia de las barberías: de la medicina rudimentaria a la sofisticación*. Shortcut. Consultado el 28 de marzo de 2017

<https://www.shortcuts.es/breve-historia-de-las-barberias-de-la-medicina-rudimentaria-la-sofisticacion/>

Aprende Institute. *Historia de las Barberías*. Aprende Institute

<https://aprende.com/blog/moda-y-belleza/barberia/historia-de-las-barberias/>

Natalia Gonzalez (16 de septiembre de 2024) *La Historia y Evolución de la barbería*. Booksy. Consultado el 16 de septiembre de 2024

<https://biz.booksy.com/es-us/blog/evolucion-de-las-barberias>

Beth Ryan (14 de julio de 2023). *Historia de la barbería: un viaje retrospectivo hacia el origen de la profesión*. Treatwellbusiness. Consultado el 14 de julio de 2023

<https://www.treatwell.es/partners/recursos/blog/historia-barberia/>

Admin (21 de mayo de 2024). *Las principales tendencias en la industria de barberías en 2024*. Barber Manager. Consultado 21 de mayo de 2024

<https://barbermanager.co/tecnica/las-principales-tendencias-en-la-industria-de-barberias-en-2024/>

(16 de septiembre de 2024). *El futuro de la barbería: Educación, negocio y estilo*. Booksy. Consultado el 16 de septiembre de 2024

<https://biz.booksy.com/es-us/blog/el-futuro-de-la-barberia>

Fabián Palomino (15 de octubre de 2023). *La presencia creciente de las barberías en nuestra región*. #ESHOY. Consultado el 15 de octubre de 2023.

<https://www.eshoy.cl/2023/10/15/la-presencia-creciente-de-las-barberias-en-nuestra-region/>