

Número 51

SOY BARBU DO

MARTÍNEZ
BERNAR
MEJOR BARBERO DE ESPAÑA



The
ADVANCED
BARBER

HAZTE UN
EXPERTO EN
**SALUD
CAPILAR**

**Haz crecer tu barbería
con nuevos servicios
MÁS CLIENTES,
MÁS FIDELIZACIÓN,
MÁS INGRESOS.**



ANTES



**DESPUÉS DE 1 SESIÓN DE
TRATAMIENTO OXIGENADOR
CAPILAR OZONOTHERAPY**



ANTES



**DESPUÉS DE 5 SESIONES
DE RADIOFRECUENCIA
+CONCENTRADO T98**



Revoluciona tu
barbería hoy



ANTES



DESPUÉS DE 10 SESIONES
DE RADIOFRECUENCIA
+CONCENTRADO T98



ANTES



DESPUÉS DE 5 SESIONES
DE RADIOFRECUENCIA

NÖBERU

STOCKHOLM

OCEAN POWDER

Mejor Producto
del año 2024

- PREMIOS DE LA BARBERÍA ESPAÑOLA -

Nº1
en ventas





NÖBERU
STOCKHOLM

SOLICITA TU PRUEBA GRATIS

ÚNETE A LA COMUNIDAD

× DE BARBERÍA N°1 ×



Número 50

SOYBARBUDO

Número 50

SOYBARBUDO



ALL YOU NEED IS JOE.



NEW MEDIUM HOLD & SUPERSTRONG POWDER.

Potencia tu estilo en segundos. Diseñado para quienes quieren volumen, textura y fijación sin complicaciones. Su fórmula ligera transforma el cabello al instante, aportando cuerpo, control y un acabado natural sin apelmazar.

Descubre todos nuestros productos en:

WWW.HEYJOE.ES



CONTENIDO SOYBARBUDO Nº51

NO TE PUEDES PERDER...

[PÁGINA 10](#)

INTRO - CUIDADOS

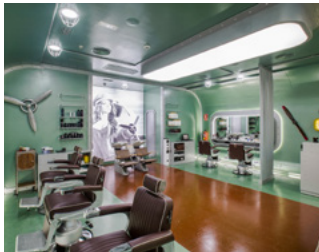
El acondicionador sin género



[PÁGINA 12](#)

INTRO - GESTIÓN DE NEGOCIO

El mobiliario y el diseño en el salón



[PÁGINA 14](#)

INTRO - NOTICIAS Y EVENTOS

Acuerdo: Booksy Barber League



[PÁGINA 28](#)

MODA

Authentic.

Haciendo ruido desde 1966



18

BARBERÍA TÍO JORGE
Barbería + Influyente 2025



22

EN PORTADA
Bernar Martínez



30

ENTREVISTA
Francisco Terrón



36

COLECCIÓN
Street Stories: London

NÖBERU x DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM



NÖBERU x DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM



46

ENTREVISTA
Lolo Rodríguez

el acondicionador **NO** tiene género

El acondicionador de pelo no entiende de géneros. Es, simplemente, una herramienta de cuidado capilar tan básica como el champú, aunque durante años haya sido **injustamente relegada en la rutina de muchos hombres**. Hoy, con el auge de estilos más versátiles y con una mayor conciencia sobre el cuidado personal, **el acondicionador empieza a ocupar el lugar que realmente merece dentro del grooming masculino**.



Especialmente en cabellos medios y largos —cada vez más presentes en la barbería contemporánea— su uso marca una diferencia clara: hidrata, suaviza, facilita el peinado y protege la fibra capilar frente al desgaste diario. Pero no es exclusivo de las melenas más largas. **Incluso en cabellos cortos puede aportar control, textura y salud al cuero cabelludo, convirtiéndose en un aliado silencioso pero esencial.**

En un momento en el que la barbería evoluciona más allá del simple corte para convertirse en una cultura de cuidado y estilo, **entender el papel del acondicionador es clave**. Porque un buen look no solo se define en la silla del barbero, sino

también en lo que ocurre después, en casa, frente al espejo, en tu cuidado diario. Y ahí, el acondicionador tiene mucho que decir. Los expertos también.





¿Qué son? ¿Para qué? ¿Cuándo debemos utilizarlo?

Tres profesionales del sector (Filip Van, David Lesur y Andrés Martín) nos hablan del enorme poder del acondicionador, uno de los productos de salud capilar menos valorados, de hecho **muchas personas no saben realmente cuál es su función e importancia**. No es un mero complemento del champú, no limpia ni elimina la suciedad y el sebo, su papel sin embargo es esencial: mejora la textura, apariencia y manejabilidad del cabello, le aporta hidratación y protege sus hebras. Formulado principalmente con aceites, proteínas y emolientes, puede utilizarse de muchas maneras, también en seco o sin aclarado (leave-in).

El acondicionador reequilibra la hidratación del cabello tras el lavado, ya que durante la limpieza el champú abre las cutículas y el acondicionador las cierra, sellando la humedad y protegiéndolo de los daños externos. También, reduce el encrespamiento y lo deja sedoso al tacto: “A la hora de aplicarlo, debemos hacerlo desde las puntas hasta el cuero cabelludo pero sin llegar a él a menos que se trate de un acondicionador que también limpie. Luego, masajeamos por todo el cabello para que se empape bien y finalizamos con un aclarado de agua tibia” – nos explica David Lesur, director de formación de los salones David Künzle en Madrid.

David recomienda usarlo con frecuencia pero siempre dependiendo del tipo de cabello, menos veces si es fino, y a diario si es más grueso o rizado: “Para cabellos secos o dañados, tras cada lavado es lo mejor, ya que le aportará una hidratación extra. Si se engrasa rápidamente después de usar acondicionador, hay que reducir la frecuencia”.

La tendencia actual de usar cosméticos cada vez más naturales y sulfate-free también ha llegado a los acondicionadores, buscando aquellos que no contengan siliconas, parabenos o colorantes: “Nosotros fabricamos dos, uno en crema enriquecido con jugo de aloe orgánico y manteca de karité sin refinar, y otro sólido 100% vegano con aceites de oliva virgen extra, geranio, neroli y rosa mosqueta, ambos con mucho éxito entre

nuestros clientes. Los aconsejamos sobre todo en cabellos más bien apagados, secos, con mucha necesidad de una hidratación intensa y una nutrición con sentido” – comenta Filip Van, CEO de la firma cosmética natural Di Oleo. www.dioleo.com

¿Y si dejamos de usarlo? ¿Qué ocurre?

Andrés Martín, distribuidor en España de la firma cosmética californiana BYRD Hairdo, advierte que en caso de dejar de usarlo, lo primero que notaremos será una pérdida de suavidad y brillo: “Estará más aspero, será menos manejable y se verá opaco, también habrá más enredos y será más susceptible al daño, ya que el acondicionador protege las hebras de todo aquello que lo daña, como la contaminación o el calor de secadores y planchas. **No es un producto de belleza sin más, es un gran aliado para nuestra salud capilar ya que lo nutre, protege y realza**. Nuestro acondicionador, con aroma a coco salado, es totalmente vegano e incluye entre sus ingredientes una mezcla de algas marinas con aloe vera, té verde y proteínas de arroz, baobab y quinoa”.



LA IMPORTANCIA DEL MOBILIARIO Y EL DISEÑO

En una barbería moderna, el mobiliario no es únicamente una cuestión de decoración. Es una herramienta estratégica que influye directamente en la experiencia del cliente, la eficiencia del barbero y la percepción de marca del salón. En un sector cada vez más competitivo, donde muchas barberías ofrecen servicios similares, el entorno físico se convierte en un elemento diferencial clave.

Barbería G-NTILE, ganadora a mejor diseño de barbería 2025 en los PSB



El mobiliario como primera impresión

Antes de que el cliente experimente el corte, la barba o el trato profesional, percibe el espacio. La silla de barbería, el espejo, la iluminación, los materiales o la disposición del espacio generan una sensación inmediata de profesionalidad o improvisación.

Un mobiliario bien diseñado comunica:

Profesionalidad, cuidado por el detalle, identidad de marca, posicionamiento (premium, clásico, urbano, minimalista, etc.). Un mobiliario genérico o poco pensado transmite exactamente lo contrario: falta de personalidad y poca diferenciación. Piensa que la mejor forma de diferenciarte es tener alineado todos los factores del negocio. El diseño es otro factor que determina tu gestión en el negocio.

Diferenciarse en un mercado saturado

Hoy en día existen miles de barberías que ofrecen corte, degradado o arreglo de barba. El servicio técnico es importante, pero la experiencia global es lo que fideliza al cliente.

El diseño del salón permite crear una atmósfera única. No se trata solo de estética, sino de construir un espacio que haga sentir al cliente: cómodo, relajado, bien atendido **o dentro de un lugar con identidad.**

Cuando un cliente entra en una barbería donde el mobiliario está pensado para generar experiencia, la percepción del servicio aumenta automáticamente, incluso antes de empezar el trabajo. Como se suele decir, esa primera toma de contacto puede ser un flechazo o un desastre.



Barbería La Carnicería en Gijón, ganadora a mejor diseño de barbería 2024 en los PSB

Diseño y ergonomía: comodidad para cliente y barbero

El mobiliario de barbería tiene también una función técnica. Una silla de calidad, una estación de trabajo bien diseñada o una correcta altura de los elementos influyen directamente en la postura del profesional, la precisión del trabajo, por supuesto la comodidad del cliente y ser lo más cómodo posible para la duración de servicios y rituales que puedan extenderse en un tiempo de más de media hora.

Un cliente cómodo permanece más relajado y disfruta más del servicio. Y un barbero que trabaja con ergonomía y funcionalidad puede mantener un nivel de precisión alto durante toda la jornada.

La importancia de invertir en empresas especializadas

Aquí es donde muchas barberías marcan la diferencia. Invertir en fabricantes o proveedores especializados en mobiliario de barbería no es un gasto: es una inversión en marca y posicionamiento. Recomendadas por SOYBARBUDO estarían la empresa *Amabilia* o *Mirplay*, ambas con muchos años de experiencia y con cientos de proyectos de calidad a sus espaldas.

Un factor clave para atraer mejores clientes

Un espacio cuidado y con personalidad atrae un tipo de cliente diferente. No solo aumenta la fidelización, también posiciona la barbería dentro de un nivel más alto de percepción.

Gracias a esto los clientes que valoran más el servicio y una mayor predisposición a pagar por calidad de forma directa. Estás justificando el precio.

También consigues más presencia en redes sociales (los clientes fotografían espacios atractivos) y una imagen vale más que mil palabras

Reconocimiento dentro del sector

En el mundo de la barbería, el diseño del salón se ha convertido en una seña de identidad profesional. Los espacios bien diseñados no solo llaman la atención de los clientes, también lo hacen dentro del propio sector.

Barberías con identidad visual fuerte suelen aparecer más en medios y redes, convertirse en referencia estética y atraer colaboraciones, reforzar su marca personal. Además como siempre decimos... es un buen momento cuando hay un salón con identidad y un diseño top para presentarse al circuito de las estrellas de SOYBARBUDO y poder conseguir además el premio de mejor diseño de barbería. Salones como G-NTILE en Zaragoza, La Carnicería en Gijón o Hero Barber en Almandralejo son prueba de que un buen diseño marca la diferencia.

Proyecto de la empresa especializada Amabilia para Ikaro Barber Shop en Majadahonda, demuestra que contar con profesionales es un acierto seguro para elevar el nivel.



BOOKSY Y BARBER LEAGUE BY SOYBARBUDO

SELLAN UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA IMPULSAR LA EXCELENCIA EN LA BARBERÍA EN 2026



La plataforma internacional **Booksy** y la competición profesional **Barber League**, organizada por SOYBARBUDO, anuncian oficialmente la firma de una **alianza estratégica que marcará un antes y un después en el sector** de la barbería en España.

A partir de este 2026, ambas marcas unen fuerzas con un objetivo claro: elevar los estándares de competitividad, difusión y crecimiento dentro de la industria barbera, consolidando a BOOKSY BARBER LEAGUE by SOYBARBUDO como la competición de referencia basada en la exigencia, la disciplina y la evolución constante.

Esta alianza representa mucho más que un patrocinio. **Se trata de una unión sólida y estructural que permitirá:**

- Potenciar la visibilidad nacional e internacional de los barberos participantes.
- Incorporar herramientas que optimicen la gestión y profesionalización de los negocios.
- Desarrollar nuevas categorías y formatos competitivos dentro de Booksy Barber League.

Crear contenidos estratégicos enfocados al crecimiento real del profesional aportándole valor.

Desde los inicios de Barber League, SOYBARBUDO ha defendido una visión clara: competir no solo por talento o reconocimiento, sino por mentalidad, constancia y excelencia. **Con el respaldo de Booksy, plataforma líder en digitalización y gestión de citas en el sector de la belleza y barbería, la competición refuerza su posicionamiento como motor de transformación** para los profesionales que aspiran a tener un crecimiento.

La edición 2026 supondrá un punto de inflexión en el calendario del sector de la barbería, **con una estructura más sólida, mayor alcance mediático y nuevas oportunidades para los participantes** que buscan consolidarse como referentes dentro del sector.

BOOKSY Barber League By SOYBARBUDO evoluciona. Y esto solamente acaba de empezar.

**LA COMPETICIÓN
QUE EL SECTOR MERECE
SUBE DE NIVEL!**

booksy™
Barber League

BY SOYBARBUDO

CAMISETA OFICIAL

¡DISPONIBLE YA!

EDICIÓN LIMITADA



booksyTM
Barber League
BY SOYBARBUDO



CONSIGUE LA TUYA

WWW.SOYBARBUDO.COM

LA BARBERÍA DEL TÍO JORGE

LA BARBERÍA + INFLUYENTE DEL AÑO

Este reconocimiento llega tras una edición histórica del ranking de Barberías Más Influyentes, donde miles de votos y la participación de cientos de barberías confirmaron lo que el sector ya intuía: la Barbería del Tío Jorge no solo corta cabello, marca el ritmo del sector y la comunidad de clientes le da por primera vez en diez años el número uno del ranking. La barbería más votada.

La identidad y la comunidad definen el verdadero impacto, la Barbería del Tío Jorge se ha consolidado como uno de los referentes indiscutibles del panorama nacional. En las próximas semanas abrirá su cuarto salón en la ciudad de Zaragoza. No se ve techo. La Barbería del Tío Jorge, reconocida como Barbería Más Influyente de 2025 por SOYBARBUDO.





SOYBARBUDO - BARBERÍAS + INFLUYENTES

¿Qué supone conseguir ser la barberías más influyente del año en España?

Un reconocimiento de nuestros clientes, amigos y seguidores a estos 10 años de trabajo duro y que nos siguen apoyando.

¿Qué hay que hacer para llegar a estar donde ahora mismo estáis?

Trabajo, trabajo y trabajo. La clave no está tanto en el talento si no en la constancia y el buen hacer. Esto te lleva a otro nivel. Por experiencia en el sector ves como muchas barberías funcionan muy bien durante un tiempo pero luego no tienen constancia para mantenerse en la cima.

¿Qué os diferencia para conseguir ser una barbería referente y un negocio sólido no solo una barbería?

Lo que nos diferencia es que siempre hemos creído en ofrecer el servicio más caro y a la vez de mayor calidad de nuestra ciudad, esto nos ha hecho no competir por precio si no por calidad. En lo personal como dueño te diría que lo que me diferencia del resto de dueños de barberías es que no soy el mejor barbero, ni el mejor formador, ni el mejor empresario, pero soy muy bueno en los recursos humanos y esto hace que puedas crear un gran equipo con el que puedas crecer... las individuales no llegan a ningún sitio, solo los equipos ganan campeonatos.

¿Recomiendas a otras barberías que participen en este tipo de ranking ¿Por qué?

Por supuesto, el mero hecho de querer participar ya es signo de que quiera llegar lejos y que te quieres superar a ti mismo, todo el mundo que está en este tipo de ranking tiene mis respetos porque eso significa que no quiere ser uno más y es un termómetro de que está creciendo y no está estancado.





RANKING BARBERÍAS + INFLUYENTES



BERNAR

MARTÍNEZ

MEJOR BARBERO DE ESPAÑA

“¡Ahora me contactan personas mucho más mediáticas que no habría imaginado hace unos meses, ¡ganar la Barber League te pone bajo el foco!”

fotografía: Ernesto Gonca



20
25

BARBER LEAGUE
CIVILIA

MEJOR BARBERO/A



Mejor Barbero de España ¿Cómo estás y que ha supuesto para ti este éxito profesional?

Estoy en el mejor momento de mi carrera profesional. En cuanto a trabajo se refiere no ha cambiado mucho ya que hace muchos años que tengo una cartera de clientes que hace que me falten horas al día (gracias a todos ellos) y por ello no puedo atender a tanta gente como me gustaría... ¡Ahora me contactan personas mucho más mediáticas que no habría imaginado hace unos meses, ganar la barber league te pone bajo el foco!

¿Cómo ha sido el camino hasta llegar hasta aquí?

10 años de muchísimo trabajo y amando mi oficio. Me he formado con los barberos más influyentes del país. La barbería me enamoró desde el minuto 1 y desde ese mismo día me dedico plenamente a ella.

¿Cómo fueron esos inicios?

Me inicié casi sin querer, cortando el pelo a mis amigos en casa a petición suya. Se convirtió en tradición para ellos. Sin plantearme aún dedicarme a esto terminé cortándole el pelo a todo el pueblo en casa de mi madre, lo compaginaba mi trabajo de aquel entonces.

“Considero que un buen barbero tiene que ser completo en todos los sentidos. Si tuviera que destacar una cosa quizás sería escuchar al cliente”.

¿De qué personas te acuerdas en este momento y que te ayudaron a crecer como barbero?

De mi familia y amigos que siempre me apoyaron en todas las decisiones que tomé. Agradezco de todas esas personas que se sentaron en la silla del comedor de mi madre cuando no tenía nada de experiencia y de mi profesor de aquel momento que fue quien me hizo entender la barbería como es, un oficio sacrificado, pero bonito. Él siempre lo dió todo y eso me lo transmitió. Gracias Diego.

¿Qué virtudes son las que piensas que tienes como barbero?

Considero que un buen barbero tiene que ser completo en todos los sentidos. Si tuviera que destacar una cosa quizás sería escuchar al cliente, entender bien sus hábitos, sus gustos, sus posibilidades y asesorarle antes de empezar a trabajar.

¿Qué te dicen tus clientes y tu gente de este galardón?

Más contentos que yo si cabe jajaja. Tanto mis clientes como mi familia son personas geniales que se alegran por el bien ajeno. Tengo un vínculo muy cercano con ellos.

Has ganado, pero ¿Piensas que hay campos en los que puedes aún ser mejor?

Todo el mundo tiene cosas que mejorar, nunca se es lo suficientemente bueno. Nunca dejaré de aprender y de formarme para ser cada día más profesional.



BARBER LEAGUE

MEJOR BARBERO/A

EN PORTADA SOYBARBUDO - BERNAR MARTÍNEZ

**Y sobre el Bernar “no barbero” ¡Cuéntanos un poco de ti!
¿Qué haces cuando no estás con las tijeras?**

Soy una persona muy risueña tanto dentro como fuera de trabajo. Aprovecho para alagar mi MURCIA “la mejor ciudad del mundo” en la que en mis ratos libres disfruto con los míos de la playa, la montaña y de las terrazas al sol. Aunque también suelo viajar mucho, me encanta conocer sitios nuevos.

**El nivel de la barbería en nuestro país es cada día mejor
¿Da vértigo?**

¡El nivel de nuestro país es increíble! Cada vez se ve gente más joven siendo auténticas máquinas gracias a las formaciones que se imparten.

¿Qué te gustaría hacer dentro de este sector?

Me gustaría seguir creciendo. Estoy dándole una vuelta de tuerca a mis formaciones privadas y tengo una cosa en mente que dentro de poco os contaré.

¿Y qué cambiarías?

Haría de la barbería un sector más unido en el que luchemos todos a una.

Empieza ya la nueva Booksy Barber League 2026 ¿Qué esperas de esta edición como jurado invitado.

Sé que habrá un nivelazo como todos los años. Este año me tocará vivirlo desde el otro lado de la barrera y espero que todos los participantes me lo pongan muy muy difícil. Espero servir de inspiración a todos esos barberos/as. Con esfuerzo todo se puede conseguir. ¡Mucha suerte a todos!

“Este año me tocará vivirlo desde el otro lado de la barrera y espero que todos los participantes me lo pongan muy muy difícil”.





¿Darías algún consejo a la gente joven que está empezando en el mundo de la barbería?

Sí, que sean constantes, que inviertan en formación y que disfruten del proceso.

“Exponerte en una competición siendo un barbero/a principiante te hace crecer, aprender de los demás, ganar confianza y tener los pies en la tierra”.

¿Qué virtudes ves en esa gente joven que empieza y que compete. También otras cosas que piensas que podrían mejorar y cómo.

Antiguamente no había tantas academias donde formarte, ni era un oficio tan solicitado.

Ahora hay muchas academias potentes donde los alumnos/as salen preparados para volar al mundo laboral y cada vez empiezan más jóvenes. Exponerte en una competición siendo un barbero/a principiante te hace crecer, aprender de los demás, ganar confianza y tener los pies en la tierra. Si pudiera cambiar algo sería hacerles entender que esto es una carrera de fondo, que todo es esfuerzo y dedicación.

AUTHENTIC. Haciendo ruido desde 1966

La campaña cuenta con un colectivo épico de skaters, artistas e innovadores culturales, capturados a través del objetivo de la fotógrafa Rosie Marks, cuyo trabajo amplifica el espíritu Off The Wall de Vans.



Vans presenta Off The Wall, una campaña global centrada en la Authentic y en las personas que siempre han dado forma a su significado. Más que un eslogan, Off The Wall es una forma de ver el mundo, arraigada en la individualidad y la rebeldía creativa.

Off The Wall refleja cómo Vans se mueve dentro de la cultura: cómo crea, cómo conecta y cómo evoluciona. Cada persona protagonista de la campaña encarna esa mentalidad: completamente única, pero programada para crear su propio ruido. Constructores y disruptores. Originales y outsiders. Personas que no esperan permiso para pertenecer, porque ya están creando cultura aquí y ahora.

Nacida en 1966 como una zapatilla discreta y sencilla, pronto fue adoptada por los más ruidosos del barrio: los skaters. Surgida de la cultura surf de California, **la Authentic encontró su propósito en el asfalto y se convirtió en una base para la autoexpresión.**

A lo largo de las décadas, aquella zapatilla de skate evolucionó hasta convertirse en un icono global. **Llevada por quienes hacen ruido.** Artistas y originales. Creadores e innovadores. Inconformistas y rebeldes. Una zapatilla para quienes nunca esperan permiso para pertenecer.



Durante sesenta años, ha sido llevada por quienes viven Off The Wall: una celebración de la individualidad, la creatividad y la negativa a mezclarse con el resto. Siempre ha pertenecido a la próxima generación.

2026 marca un año significativo para **Vans** y la **Authentic**, ya que ambos celebran seis décadas de impacto cultural **moldeado por quienes la llevan.**

El Camino Advanced Barber - Capítulo I

Francisco Terrón, de los inicios a referente: Cómo crecer con Tahe Advanced Barber



Hay decisiones que no parecen trascendentes en el momento en que se toman. Una cita para cortarse el cabello, un viaje al extranjero o una conversación. Pero, a veces, ese instante aparentemente ordinario se convierte en el punto de inflexión de toda una carrera.

Para Francisco Terrón ese momento ocurrió en Rotterdam, Países Bajos, cuando cruzó la puerta de Schorem Barber Shop. *“Lo que comenzó siendo una cita para cortarme el cabello, acabó siendo la decisión que cambiaría mi vida”*, recuerda Francisco. Ese impacto no se quedó en admiración, le empujó a formarse con ellos y con otros referentes europeos entendiendo desde el inicio que, si quería crecer de verdad, debía aprender de quienes estaban marcando el estándar, interiorizar su disciplina y traducirla en un estilo propio. *“Cuidar la imagen de las personas siempre estuvo dentro de mí, pero el talento sin estructura no basta”*, recalca Francisco.



La búsqueda de una marca que respaldara su visión

Cuando Francisco habla de sus primeros años, no idealiza. Reconoce que al principio no tenía un conocimiento profundo del producto, pero sí una claridad estratégica sobre lo que necesitaba para construir confianza con el cliente. *“Tenía claro que necesitaba una marca que abarcara todas las necesidades de mis clientes”*, explica, y ahí aparece una idea clave para cualquier barbero que quiera evolucionar: *“Para un profesional, la marca no debe entenderse sólo como un proveedor, sino como una extensión de su identidad”*.

Su primer contacto con Tahe Advanced Barber llegó a través de Rodrigo quien, a día de hoy, sigue siendo su asesor comercial y gran amigo. Para Francisco, lo relevante no fue únicamente el contacto comercial, sino la invitación a una formación donde encontró algo que, para él, marcó la diferencia con el resto de las marcas del sector: *“Vi una buena organización, grandes profesionales y una marca realmente dispuesta a trabajar junto al barbero. Además, Advanced Barber no sólo me ofrecía un catálogo de productos, sino que también me capacitaba para entender cada uno de ellos, cómo exponerlo hacia mi cliente, técnicas de marketing y una visibilidad más allá de mi barbería”*, cuenta.



El impacto real en el negocio: ticket medio, percepción y fidelización “irrompible”

Cuando el conocimiento se estructura y el servicio se eleva, el negocio responde. Para Francisco trabajar con Tahe Advanced Barber no fue solo una decisión técnica, también empresarial.

“El primer cambio tangible fue el aumento de mi ticket medio, ya que no sólo ofrecía un simple corte de cabello sino que, además, ofrecía un servicio pre y posventa, y ahí aparece una de las claves que consolidan la rentabilidad de tu barbería: el antes y el después del sillón”, señala Francisco.

Cuando el barbero entiende el producto y sabe orientar, el cliente no solo compra, también aprende, y esa sensación de estar en manos de alguien que domina su materia dispara la percepción de valor. Francisco lo resume de manera directa: al tener más conocimiento, el cliente también lo obtiene, *“de esta forma la percepción de mi cliente hacia mí como profesional aumentaba”*, y ese aumento de percepción se traduce en algo que no se consigue con promociones: una fidelización fuerte, estable, *“a una escala irrompible”*.



SOYBARBUDO - FRANCISCO TERRÓN

Reconocer carencias y entrenar como un atleta

Mirando atrás, Francisco no ubica el salto de su carrera en un golpe de suerte ni en un momento concreto, lo sitúa en una decisión incómoda: la de reconocer que tenía carencias.

“El verdadero punto de inflexión en mi carrera fue cuando entendí que, en su momento, tenía carencias a nivel de conocimiento y técnica. En lugar de esconderlo, lo convertí en un plan” Durante un año entero, Francisco comenzó una estricta rutina de estudio y práctica de 4 horas diarias antes de trabajar con el objetivo de evolucionar. Esa férrea disciplina elevó su nivel técnico y amplió su conocimiento de peluquería y producto, lo que terminó abriéndole puertas para compartir lo aprendido fuera de su entorno. Es en ese momento cuando Tahe Advanced Barber lo proyectó como formador en eventos tanto nacionales como internacionales, integrándolo en experiencias de escenario, creación de colecciones y contextos donde no solo se ejecuta, también se enseña y se representa.

De barbero a embajador: la simbiosis marca-profesional

Francisco Terrón es actualmente embajador y formador de Tahe Advanced Barber. Esta oportunidad no surge de manera espontánea, sino como consecuencia de una trayectoria: técnica, conocimiento y una forma de relacionarse con la marca desde la coherencia.

Francisco insiste en que su esfuerzo y disciplina, junto con un buen entendimiento con Advanced Barber, fueron determinantes: *“Tanto yo como la marca creemos que, con esfuerzo, conocimiento y ganas, llegaremos lejos”*. La simbiosis perfecta si se busca rentabilidad y proyección.

Como embajador, Francisco destaca un valor que en barbería cada vez cobra mayor relevancia, y que muchas marcas no han sabido priorizar: que el producto no solo funcione, sino que cuide de nuestra salud capilar: *“No podría dejar de lado el resto de líneas que Tahe ofrece como el T98, Organic Care Tricology, líneas de coloración o Magic Rizos. Esta amplitud de catálogo me da un abanico de posibilidades infinitas para adaptarme a las distintas necesidades, perfiles de cliente y propuestas de servicio”*.





FRANCISCO TERRÓN, DE LOS INICIOS A REFERENTE

Marca personal: identidad, enfoque y “tu mejor versión”

En un sector tan competitivo, Francisco tiene clara la clave del éxito del barbero: dejar de imitar y construir tu propia identidad. *“Deja de intentar ser un exponente más, proyéctate tú tal y como eres”*, aconseja, porque lo difícil no es replicar estilos de otros grandes referentes, sino encontrar una forma de hacer y comunicar que vaya contigo y, a partir de ahí, trabajar en la mejor versión de ti mismo.

En ese proceso, Tahe Advanced Barber jugó un papel clave al abrirle una perspectiva que muchos barberos dejan en segundo plano: entender que el producto no es un “extra” del servicio, sino una herramienta profesional para resolver y fidelizar. Francisco explica que, gracias a esa formación, empezó a entender la barbería de una forma más completa. No sólo se trataba de una ejecución técnica, también de un espacio donde el asesoramiento, la rutina en casa y la coherencia del servicio marcan la diferencia en la percepción del cliente.

Y esa es la parte que, según él, muchos profesionales pierden por el camino: el enfoque. Porque la ambición puede ser un motor, pero también un ruido si se confunde la meta. Francisco lo ha visto en barberos con talento que se dispersan intentando abarcarlo todo a la vez, influenciados por tendencias, egos o la presión de “tener que destacar” en redes sociales. Su recomendación es volver a lo esencial: pies en la tierra, dirección clara y una disciplina que no dependa del aplauso. No se trata de perseguir la validación constante, sino de construir una propuesta sólida para el cliente real, el que vuelve, recomienda y confía.

Del primer curso en Tenerife a ser referente internacional

Para Francisco, crecer con Tahe Advanced Barber ha sido “algo recíproco”: él da lo mejor y la marca le apoya en sus decisiones, con un respaldo que define como familiar incluso cuando el camino ha sido cuesta arriba. *“Recuerdo aquella primera formación en Tenerife a la que asistí como alumno y lo comparo con el Francisco de ahora y el crecimiento ha sido espectacular”*.

Hoy en día Francisco es embajador y formador de Tahe Advanced Barber no solo en España, sino también en Polonia, Holanda, Inglaterra, Guatemala, México o República Dominicana. Y siempre sin perder su ambición por avanzar, mejorar y ofrecer el mejor servicio en su barbería.

El camino detrás del referente

El referente no se fabrica con prisa, se construye con método. Con técnica, pero también con enfoque, disciplina y una visión de servicio que no se queda en el corte, sino que acompaña al cliente antes, durante y después. Francisco lo resume con una idea sencilla que atraviesa toda su historia: cuando marca y profesional avanzan en la misma dirección, la evolución se vuelve inevitable. Y así, mientras Tahe Advanced Barber continúa desarrollando productos, formación y herramientas para el barbero de hoy, él continúa recorriendo el mismo camino con la misma mentalidad: pies en la tierra, hambre de conocimiento y la convicción de que crecer —de verdad— es hacerlo de la mano del cliente y con una marca que entiende el oficio como lo que es: una profesión que se demuestra cada día.





STREET STORIES: LONDON

Es una colección creada a partir de la esencia de los barrios alternativos de Londres, con especial énfasis en Shoreditch, uno de los barrios más creativos y vanguardistas de la ciudad. En lugar de construir un relato ficticio, el equipo se adentró en las calles donde nacen las tendencias para encontrar a las personas que hacen de su cabello y vestuario un lenguaje de libertad.



El **proceso creativo** consistió en explorar Shoreditch y otros barrios londinenses **en busca de perfiles reales que encarnaran la identidad de la colección**. No se planificó una puesta en escena; se buscó la inspiración en la espontaneidad de quienes crean su propio estilo. **Cada modelo descubierto aportó su personalidad, su peinado y su vestuario, que se convirtieron en la base de las propuestas de corte y estilismo.**

Street Stories: London es un homenaje a la moda que nace en las calles. La colección confirma que la verdadera inspiración surge cuando se observa y se respeta la creatividad de quienes se expresan libremente. Esta visión invita a profesionales y amantes de la moda a mirar **más allá de los estereotipos y a encontrar en la realidad cotidiana el motor de nuevas tendencias.**



NÖBERU × DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM



NÖBERU × DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM



NÖBERU × DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM



NÖBERU × DANIEL PERTEGAL
STOCKHOLM

EQUIPO Y CRÉDITOS

- Creación y dirección:
Daniel Pertegal
- Marca asociada:
Noberu Stockholm (productos)
- Maquillaje:
Saray Márquez
- Fotografía:
Paco López



LA BARBERÍA YA NO ES TENDENCIA. ES CULTURA.



Golden Skull Awards 2026.

La barbería ha dejado de ser una moda pasajera para convertirse en **una industria sólida, profesional y con identidad propia**. Y si había alguna duda, la última edición de los Golden Skull Awards se encargó de despejarla.

Lo que comenzó como una iniciativa para reconocer el talento, hoy es uno de los encuentros más relevantes del sector a nivel nacional. Una gala que no solo premia, sino que **reúne, conecta y proyecta el futuro de la barbería**.

Organizados por Skull Men, los Golden Skull Awards se han consolidado como una plataforma real de reconocimiento profesional, donde el esfuerzo, la técnica y la creatividad ocupan el lugar que merecen.



Un día de mucho nivel.

Desde la llegada se percibía una energía especial: **profesionales y nuevas generaciones de toda España** reunidos para elevar el estándar. Un ambiente elegante y con carácter, con una producción cuidada y una puesta en escena que reflejaba el gran momento del sector.

Pero **el verdadero protagonista fue el talento**. Las distintas categorías pusieron sobre la mesa el altísimo nivel actual de la barbería española. Cada nominación evidenciaba horas de trabajo, disciplina y pasión por el oficio.

Y cuando los nombres de los ganadores resonaron en el escenario, la emoción fue auténtica. Aplausos largos, abrazos sinceros y la sensación compartida de estar viviendo un punto de inflexión.

Los Golden Skull Awards no son solo un trofeo, representan reconocimiento entre profesionales. **Representan respeto.**



Más que una gala: cultura y espectáculo.

El día no fue únicamente entrega de premios. Fue experiencia. La actuación en directo de **Nabil Bony aportó energía y carácter al evento**. Su presencia en el escenario elevó el ritmo de la gala y reforzó esa conexión entre barbería y cultura urbana que cada vez define más al sector. A su lado, **Dani Ortiz sumó potencia y personalidad**, convirtiendo el evento en algo más que una ceremonia: un espectáculo completo. Música, luces, emoción y comunidad. Todo alineado con una idea clara: la barbería no es solo técnica, es identidad.





El nuevo rumbo de Skull Men.

Uno de los momentos más comentados de la noche fue **la presentación del nuevo rumbo de Skull Men**. La marca mostró una evolución clara en su posicionamiento, imagen y visión estratégica. **Una apuesta por profesionalizar aún más el sector** y construir comunidad desde dentro.

La nueva identidad presentada durante el evento refleja **madurez, ambición y una comprensión profunda** del momento que vive la barbería actual. Skull Men no solo impulsa un evento. Impulsa una manera de entender el oficio.



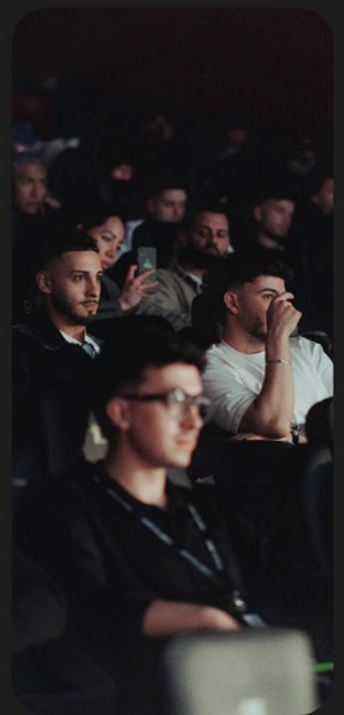


El futuro ya está aquí.

Si algo dejó claro esta edición de los Golden Skull Awards es que **el sector está preparado para competir en estándares internacionales**. Profesionalización, creatividad, disciplina y comunidad. Cuatro pilares que se sintieron durante toda la noche.

La barbería española está en un punto de consolidación, y eventos como éste no solo celebran el presente, sino que construyen el futuro.

Los Golden Skull Awards no son solo una gala anual. Es la confirmación de que **la barbería ha alcanzado otro nivel, y que ese nivel ha venido para quedarse**.



R E F E R E N T E S **d e l a b a r b e r í a**

L O L O
r o d r í g u e z

“Un joven de 28 años soñador nacido en Huelva, amante de los retos y de conocer su máximo nivel. Me gusta la incomodidad porque sé que ahí es donde realmente ocurre el crecimiento.

**Mi carrera y mi familia son lo primero.
A nivel empresarial CEO de Supremo Profesional y
Supremo Global Academy”.**



¿Cómo entras en el mundo de la barbería?

A los 13 años comencé en este sector de manera autodidacta desde el cuarto de mi casa. Empecé cobrando 3 euros el corte de pelo y el segundo gratis. Durante los 6 primeros años en mi ciudad hice un grado medio de peluquería masculina y me especialicé en corte masculino. Nació desde la pasión y el gusto. Pasado este tiempo, me di cuenta que sentía tristeza y preocupación porque no dominaba ni controlaba los cortes, por lo que decidí dejarlo todo y mudarme a una nueva ciudad lejos de mi confort y mi familia. En mi nuevo destino, Málaga, fui a estudiar a Antonio Eloy donde encontré todo lo que buscaba gracias a grandes profesionales y referentes como fue Vishal Baharani. Aquí en Málaga me di cuenta de mis posibilidades y comencé a trabajar duro para conseguir nuevos objetivos. Tiempo después me contrataron para ser profesor y acepté sin dudar.

Un año después, comencé con mi primer salón de peluquería y a impartir formaciones por todo el país con mi propuesta educativa. Ahí nació Supremo que representaba el desarrollo y la sangre derramada en todo este camino por conocer mi máximo nivel. Empecé con 5 salones de peluquería y 3 proyectos de academia hasta llegar al local actual en el que estamos.

Desde 2017 que llegué a Málaga hasta 2026, casi 10 años en Málaga, ha sido un periodo en el que he estado lejos de mi familia y mi entorno donde he podido conseguir grandes reconocimientos, buen posicionamiento de mi marca y muchos éxitos personales.

“Supremo Global Academy nació desde la aportación de las carencias que yo siempre noté en el sector. Profesionalidad, respeto y valor por el profesional”.

¿Y en el de la formación?

De manera natural, ya que en mis clases ayudaba a mis compañeros y a mis profesores le gustaba mi manera de trabajar. Exponía mi trabajo en redes sociales y a mis compañeros de profesión les llamaba la atención mi manera de trabajar y desde ahí me comenzaron a llegar las oportunidades y ofertas de formación. Justo después de la primera formación en octubre 2017 la academia Antonio Eloy me contrató como educador en el área masculina.

¿Cómo comienza el proyecto de Supremo Global Academy?

Nació desde la aportación de las carencias que yo siempre noté en el sector. Profesionalidad, respeto y valor por el profesional. De esta manera ofrecimos crear una educación con respeto y determinación donde el profesional se sienta con poder y control sobre todo lo que hace.

Tienes una larga trayectoria, en todos estos años ¿Con qué cosas buenas te quedas? ¿Y no tan buenas?

Después de 14 años de carrera y ver todo lo que he logrado... me quedo con todas las cosas, buenas y malas, ya que fueron necesarias para mi desarrollo y exigencia. Superación personal, emprendimiento, conocer mi persona, crear marcas y desarrollarlas, crear muchos puestos de empleo y posicionar mi marca y la empresa con reconocimiento Nacional e Internacional.

¿Cómo es la vida de un barbero que ha sido emprendedor y ya puede mirar hacia atrás tras una larga trayectoria?

Cualquiera diría que llegas a estar tranquilo y te conformas. En mi caso es todo lo contrario. Es un camino que no tiene fin y conforme avanzas, cada paso, sabe a poco. Por lo tanto, en un estilo de vida donde toca descubrir todas las puertas que se abren, siempre buscaré aportar lo mejor de mi visión.



Pensamos que estás en el foco, la gente del sector te tiene de faro para muchas cosas. ¿Te sientes valorado por la gran mayoría de compañeros?

Sí. Pienso que una de las cosas más bonitas que siento es sentir el respeto de todos mis compañeros y el valor de todos mis alumnos. Es algo indescriptible. También peligroso, ya que todo poder conlleva una gran responsabilidad.

En mi caso siempre intento trabajar la madurez emocional para poder siempre inspirar de manera correcta y en desarrollo correcto.

¿Cómo es organizar un plan formativo para gente de base? ¿y para gente que ya tiene años de experiencia?

Concentrar el contenido de manera adecuada con respecto a la dinámica, que sea estimulante y con riguroso orden es un trabajo sombra muy minucioso y especial. Siempre que desarrollo un programa educativo la prioridad es el estímulo y despertar/activar la mente del alumno, ya sea profesional o de iniciación, para que esté preparado para captar el brillo y sentir la necesidad de desarrollarse. Después se dividiría por temáticas. Primero la base y la técnica y después la práctica.

¿Es la clave de un buen futuro en barbería el estar bien formado? ¿Quizás de lo más importante?

Estar bien formado es clave en todos los sectores. Siempre y cuando quieras que tus servicios tengan valor y sea respetado. Cubrir todas las necesidades del cliente y transmitir tus capacitaciones con tus clientes hace sentir una autoridad y control sobre todas las áreas. De esta manera, se puede llegar a cobrar un precio justo por lo que haces.

Aparte de técnica ¿En qué tiene que estar bien formado el profesional hoy en día?

Depende como quiera enfocarse. Aunque siempre pienso que el saber no ocupa lugar. Siempre se debería estar preparado en 360. Gestión Empresarial, Técnicas y Desarrollo de Corte, Atención al cliente, Asesoría de Imagen, Redes Sociales y Marca Personal, Venta... Entre tantas cosas.

¿Qué le dirías al barbero que está pensando en hacerse formador? Me imagino que no todo el mundo vale para todo...

Si ese mensaje sale desde su interior y no porque lo hace otro compañero... debe luchar con todo por ello. Ya que educar conlleva una gran responsabilidad y debe estar preparado para ayudar, inspirar y dirigir con destreza a profesionales en su carrera.

Es un mundo increíble, ya que es inexplicable todo lo que te llevas de vuelta.

¿Qué tipo de proyecto te ilusiona a la hora de embarcarte en él?

Todo lo que me ilusiona tiene que tener una gran propuesta de mercado, una buena identidad de marca y que sea disruptivo. Sin copiar. Siendo original.

“Hay un área que está muy vacía y es la profesionalidad y la gestión empresarial. Sentirnos profesionales y creernos que representamos a un sector donde el servicio y la atención al cliente debe subir”.

¿Cómo ves el estado actual de la barbería? ¿Da vértigo?

Estoy contento con el estado actual de la barbería en España. A toda nuestra comunidad nos gusta hacer un buen trabajo con el cliente. Hasta ahí somos el país más fuerte. En técnica y calidad de corte. Pero hay un área que está muy vacía y es la profesionalidad y la gestión empresarial. Sentirnos profesionales y creernos que representamos a un sector donde el servicio y la atención al cliente debe subir.

¿Qué retos u objetivos tienes para este próximo año?

Este próximo año salimos con varios proyectos. Nuevo curso de 10 días. Después de varios años aprobando la conversión de mis formaciones en las carreras de los profesionales lanzamos **HONOR**. También ha nacido **MANAGER** un formato profesional donde acompañamos al profesional durante una temporada a ayudarlo con la gestión de su carrera, negocio y dirección de marca. Super ilusionante. Nueva marca de herramientas. Lanzamiento del Online y dos marcas más que no llevarán mi nombre.





SOCIOS SOYBARBUDO

GALLO'S BARBER



ORÍGENES DE TU BARBERÍA

Mi nombre es Yannick Gallur llevo 9 años dedicándome a la barbería, un oficio que empecé por pasión y que con el tiempo se ha convertido en mi forma de vida. Después de varios años de experiencia y aprendizaje constante, decidí montar mi actual barbería Gallo's Barber el día 23 septiembre 2025.

Pensado para ofrecer algo más que un corte una experiencia única, cuidada y propia.



¿CÓMO VES EL ESTADO ACTUAL DE LA BARBERÍA EN ESPAÑA?

La barbería en España vive un momento muy bueno. Hay mucho talento, mucha formación y es cierto que también mucha competencia por lo tanto nos obliga a subir el nivel y diferenciarnos de los demás. Creo que el cliente cada vez valora más el trato y la experiencia en cada servicio.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE LA PROFESIÓN?

Lo que más me gusta es el trato directo con la gente, el día día en la barbería, las charlas, la confianza que se crea con los clientes y el ambiente que se genera. Para mí la barbería sigue siendo ese sitio donde la gente entra, se sienta, desconecta un rato y sale mejor de lo que ha entrado... Un buen corte siempre puede alegrarte el día.

También que es una profesión en constante evolución, donde siempre puedes seguir aprendiendo, mejorando técnicas y desarrollando tu propio estilo.

¿POR QUÉ DECIDISTE UNIRTE A LA FAMILIA SOYBARBUDO?

Decidí unirme a SoyBarbudo porque compartimos la misma visión de la barbería y es una comunidad que apoya al barbero.

Es una familia que apuesta por el crecimiento profesional y personal.



¿QUÉ OBJETIVOS Y RETOS TIENES PARA ESTE PRÓXIMO AÑO?

Seguir creando una clientela fiel y mantener un nivel de calidad alto en cada servicio.

A nivel personal quiero seguir formándome, perfeccionando técnicas, mejorar también en el tema de las redes sociales y el reto es no dejar nunca de evolucionar.



SOCIOS SOYBARBUDO

IVÁN DURANTES BARBERÍA



ORÍGENES DE LA BARBERÍA

Desde pequeño estuve conectado al mundo de la peluquería, porque mi madre era peluquera y crecí prácticamente dentro de una peluquería. Siempre fui buen estudiante y, al principio, decidí seguir mis estudios, pero al dejar de tener contacto diario con la peluquería, empecé a sentir que la echaba mucho de menos. Entonces decidí empezar a formarme en el sector y, sin duda, ha sido la mejor decisión que he tomado en mi vida. Llevo muchos años dedicándome a la barbería, y cada día me apasiona más.

¿Y CÓMO ES EL PROCESO EN EL QUE NACE TU BARBERÍA?

Mi barbería nació con la idea de crear un espacio donde los clientes se sintieran cómodos y pudieran disfrutar de un servicio de gran calidad, combinando técnicas tradicionales con tendencias modernas. Desde el principio, cada detalle del local y del servicio ha sido pensado para reflejar nuestra filosofía: profesionalidad, cercanía y pasión por la barbería.

¿CÓMO VES EL ESTADO ACTUAL DE LA BARBERÍA?

Creo que la barbería en España está en un momento muy positivo. Cada vez hay más interés por el cuidado personal masculino, por aprender nuevas técnicas y por ofrecer experiencias únicas a los clientes. Es un sector que combina tradición, creatividad e innovación, y eso hace que la profesión sea cada vez más enriquecedora.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS OS GUSTA DE LA PROFESIÓN?

La conexión que se crea con cada persona que entra en la barbería. Cada corte o afeitado es una oportunidad de hacer que alguien se sienta mejor consigo mismo. Además, la barbería me permite unir creatividad, técnica y tradición en el día a día, y eso hace que nunca deje de aprender ni de disfrutar de lo que hago.

¿POR QUÉ DECIDISTE UNIRTE A LA FAMILIA SOYBARBUDO?

Me uní a SoyBarbudo porque compartimos los mismos valores: pasión por la barbería, profesionalidad y compromiso con la calidad. Formar parte de esta comunidad me permite crecer, aprender y conectar con otros profesionales que tienen la misma visión y filosofía.

OBJETIVOS Y RETOS PARA ESTE PRÓXIMO AÑO

Mis objetivos para este año son seguir mejorando en técnica, formación y servicio al cliente, y consolidar la barbería como un referente local en Madrid. También quiero seguir innovando en estilos y servicios, aumentar la presencia en redes y ofrecer siempre la mejor experiencia posible a quienes confían en nosotros.



SOCIOS SOYBARBUDO

BARÓN CLUB BARBER HOUSE



ORÍGENES DE TU BARBERÍA

Mi historia con la barbería no empezó en una escuela, sino frente a un espejo. De adolescente, la curiosidad por mi propia imagen me llevó a tomar prestadas mis primeras máquinas. Lo que empezó como una necesidad personal y un favor para mis amigos antes de salir los fines de semana, terminó convirtiéndose en mi verdadera identidad. En aquel entonces, no veía el arte de cortar cabello como un trabajo, sino como una parte esencial de mi rutina. Sin embargo, la vida me llevó por otros caminos; emprendí, fracasé y aprendí en diversos sectores, hasta que un momento de crisis se convirtió en mi mayor oportunidad.

Estando en Uruguay, tras perder un empleo, se me presentó la opción de formarme técnicamente. Un gran amigo me dio el consejo que me cambió la vida: **“Si te apasiona el cabello, no estudies otra cosa; busca tu camino ahí”**. Elegí mi primer curso de peluquería unisex (en ese entonces no había especializaciones solo de barbería en ese sistema) y fue ahí donde nació la visión que hoy es una realidad.

Recuerdo perfectamente mi proyecto final: presenté ante mi clase una cadena de peluquerías internacional situada en España. En aquel momento, las miradas de mis compañeros reflejaban incredulidad, pero para mí no era solo un ejercicio académico; era una promesa de Dios y una meta clara.

“Lo que muchos llamaron locura, yo lo llamé visión. Hoy, esa cadena de barberías no es solo un negocio, es el resultado de años de hambre de crecimiento, lucha, fe y la firme convicción de que el cuidado personal masculino merece un estándar de excelencia”.





ORÍGENES DE TU BARBERÍA

Mi llegada a Valencia fue un ejercicio de humildad y observación. Trabajé como camarero, comercial y empleado en diversas barberías con un objetivo claro: entender el ADN del sector en España. No buscaba solo un sueldo, buscaba la maestría en el modelo de negocio.

Tuve una prueba cuando, con un hijo recién nacido y una niña de dos años, me quedé sin empleo. En ese momento de máxima vulnerabilidad, decidí que no era el final, sino el comienzo. Con fe en Dios, fundé mi primer proyecto: “El Barbero del Barrio”, en Nazaret.

Muchos dijeron que era imposible que un negocio prosperara allí, calificándolo como un entorno difícil. Sin embargo, donde otros veían riesgo, yo vi una misión. Durante 6 años, ese local fue mi escuela y el motor que demostró que, cuando hay propósito, el lugar es lo de menos. Hoy, esa experiencia ha evolucionado para dar vida a Baron Club, mi primera cadena de barberías Premium. Junto a mi socio, hemos creado un concepto que redefine el cuidado masculino en Valencia.

¿Qué hace a Baron Club diferente?

- **Diseño y Atmósfera:** Un espacio estéticamente impecable donde cada detalle, desde los colores hasta la iluminación, está pensado para el confort.

- **Salud Capilar Terapéutica:** No solo peinamos; educamos. Hemos introducido productos terapéuticos que actúan como tratamientos, priorizando la salud del cuero cabelludo sobre la estética superficial.

- **La Experiencia del Cliente:** No vendemos cortes de pelo, ofrecemos un refugio de higiene, asesoramiento experto y atención personalizada.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE LA PROFESIÓN?

Lo que más me apasiona de la barbería es que es una profesión viva y en constante evolución. Aquí no existe la monotonía; cada cliente es un lienzo nuevo, cada servicio es una oportunidad de conexión y cada día presenta desafíos distintos que mantienen mi mente activa. Sin embargo, lo que realmente me cautiva es su potencial ilimitado de crecimiento.

En este oficio, la rutina no tiene cabida. La versatilidad de estilos, las nuevas tendencias y la psicología detrás de cada asesoramiento hacen que cada jornada sea única. Ese dinamismo es lo que alimenta mi creatividad.

A diferencia de otras profesiones, la barbería te permite llegar tan lejos como tu ambición y tu fe te lo permitan. He pasado de cortar el cabello a mis amigos antes de ir a una discoteca, a liderar una cadena premium como Baron Club. “Lo que más amo de este rubro es que no tiene límites. El

techo lo pones tú mismo. Ver cómo una pequeña visión puede transformarse en una estructura empresarial sólida es lo que me motiva

¿POR QUÉ DECIDISTE UNIRTE A LA FAMILIA SOYBARBUDO?

Mi decisión de unirme a SoyBarbudo fue natural y estratégica. En Baron Club, no buscamos simplemente visibilidad, buscamos identidad y excelencia, y eso es precisamente lo que representa esta plataforma.

Me cautivó el enfoque profesional y estético de la revista. Tienen un branding impecable que dignifica el oficio y entiende que la barbería es, ante todo, un estilo de vida y una cultura que merece ser contada con calidad.

SoyBarbudo se ha consolidado como el escaparate donde solo tienen cabida los profesionales que realmente aportan valor al rubro. Formar parte de esta familia es una declaración de intenciones: aquí es donde están los mejores, y Baron Club pertenece a ese nivel de exigencia.

“Unirse a SoyBarbudo es más que una colaboración; es una validación de nuestra visión. Es el lugar donde el talento se encuentra con la gestión empresarial para demostrar que la barbería en España está más fuerte que nunca.”

¿QUÉ OBJETIVOS Y RETOS TIENES PARA ESTE PRÓXIMO AÑO?

Mis objetivos para este próximo año son claros y ambiciosos. No buscamos simplemente expandirnos; buscamos transformar el concepto de barbería en España.

Mi principal objetivo es el crecimiento sostenido de Baron Club. El reto no es solo abrir nuevas puertas, sino asegurar que cada una de nuestras sedes mantenga el mismo estándar de higiene, asesoramiento y calidad terapéutica que nos define.

Trabajamos con una meta fija: posicionar a Baron Club como la mejor barbería Premium de España. Queremos que cuando un hombre busque una experiencia de cuidado personal de alto nivel, nuestro nombre sea el referente indiscutible en Valencia y más allá de nuestras fronteras actuales.

“Mi mayor reto es demostrar que una gestión empresarial impecable, sumada a la pasión por el oficio, puede elevar a Baron Club al escalafón más alto del sector nacional. No estamos aquí para ser uno más; estamos aquí para marcar el estándar de la barbería de lujo.”

“COMPARTIENDO CONOCIMIMIETO”

ROSY FRONTADO ACADEMY





ÓRIGENES EN LA BARBERÍA

Vengo de familia de peluquería: soy hija de una peluquera. Aunque de joven no era consciente de lo mucho que me apasionaba este mundo, siempre tuve contacto con él porque de vez en cuando ayudaba a mi madre, y ahí empecé a familiarizarme con el oficio desde dentro.

¿CÓMO NACE ESTE PROYECTO?

Nace del deseo profundo de compartir conocimiento y transformar vidas a través de la barbería.

Después de años trabajando en el mundo de la peluquería masculina, perfeccionando técnicas de corte, tijera, fade y colorimetría, he entendido que mi verdadero propósito no era solo cortar cabello, sino formar profesionales capaces de construir su propio futuro.

Con más de 10 años en el sector y una pasión por enseñar, decido crear un espacio donde no solo se ofrecieran servi-

cios profesionales de belleza, sino también formación de alto nivel para nuevos profesionales.

Así nace un concepto que une experiencia real de salón con educación especializada.

En Rosy Frontado Academy ofrecemos:

- Peluquería masculina.
- Peluquería femenina
- Cejas y pestañas.
- Formación profesional en barbería.

Desde entonces, Rosy Frontado Academy ha formado a cientos de alumnos, muchos de los cuales llegaron buscando una oportunidad para cambiar su vida.

Con el tiempo, este espacio se ha convertido en algo más que una academia o un salón: es una comunidad donde las personas vienen a aprender, a cuidarse y a transformar sus vidas a través de la belleza.

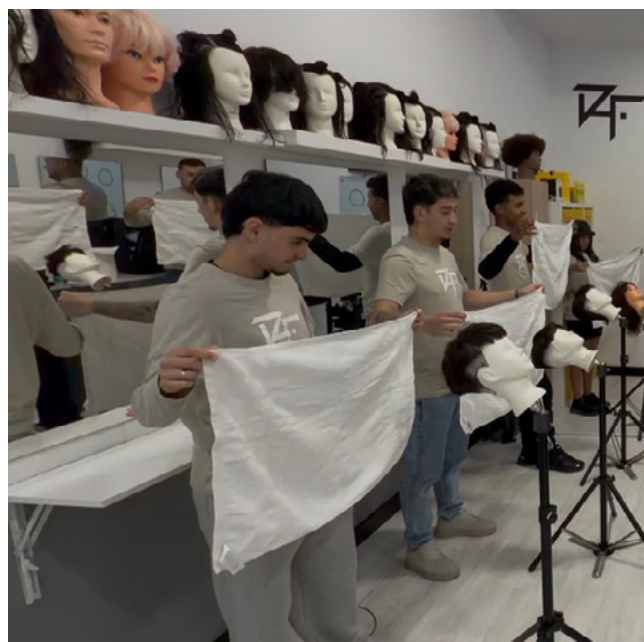


¿CÓMO VES EL ESTADO ACTUAL DE LA BARBERÍA EN ESPAÑA?

Veo un sector en crecimiento y con mucha demanda, cada vez más profesionalizado y con clientes que valoran la experiencia y la calidad. A la vez, creo que todavía hay mucho desconocimiento sobre todo lo que implica el oficio, y hace falta seguir elevando el nivel con formación seria, buenas prácticas y una visión más completa de la barbería.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE LA PROFESIÓN?

Me gusta que combina técnica y creatividad, y que el resultado se nota de inmediato: ayudas a que la persona se sienta mejor y más segura. También disfruto del trato cercano con el cliente y del aprendizaje continuo; siempre hay algo nuevo que perfeccionar. Y sobre todo, enseñar a mis alumnos para que puedan crecer y construir su propio camino en la barbería.





“Creo que todavía hay mucho desconocimiento sobre todo lo que implica el oficio, y hace falta seguir elevando el nivel con formación seria, buenas prácticas y una visión más completa de la barbería”.



¿QUÉ OPINIÓN TENÉIS DE LA PLATAFORMA SOYBARBUDO Y ESTA COMUNIDAD?

Me identifico con una comunidad que apuesta por la calidad, la formación y el respeto por el oficio. Buscaba sumar a un proyecto con valores, que impulse a los profesionales y que ayude a que la barbería se tome en serio, más allá de lo “rápido” o lo superficial.

¿QUÉ OBJETIVOS Y RETOS TIENES PARA ESTE PRÓXIMO AÑO SOBRE ESTE PROYECTO?

Consolidar y hacer crecer la academia, mejorar aún más los programas formativos y llegar a más personas que, como me pasó a mí, quizá aún no han descubierto el potencial de esta profesión. También seguir formándome, crear oportunidades para nuevos barberos y aportar a la profesionalización del sector con estándares claros de técnica, higiene y atención al cliente.





NÖBERU
STOCKHOLM

NÖBERU

STOCKHOLM

BRILLO

VOLUMEN

ALISADO

FORTALECIMIENTO

PROTECCIÓN
TÉRMICA

PROTECCIÓN UV

HIDRATACIÓN

SUAVIDAD

ANTI-FRIZZ



9 MARAVILLAS
TODO EN UNO



CIRCUITO DE LAS ESTRELLAS

MEJORES BARBERÍAS DE ESPAÑA

SUMAR
SUMAR
SUMAR

PARA BARBERÍAS QUE BUSCAN LA EXCELENCIA
- LÍMITE 300 SALONES -



APERTURA DEL CIRCUITO 2026:

15 de Mayo