

# PRESENTACIÓN DE MARCA



**MONTALVO**  
— FOR MEN —

PASIÓN POR LA BARBERÍA

**MONTALVO**  
— FOR MEN —

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

# ÍNDICE

**SEC. 1** *HISTORIA*

**SEC. 2** *PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE MARCA*

**SEC. 3** *ADN DE MARCA*

**SEC. 4** *IDENTIDAD DE MARCA*

**SEC. 5** *PARTNERS OFICIALES*



# HISTORIA

*El cuidado personal ya no es exclusivo del mundo femenino, en la última década hemos visto como el hombre exige la misma calidad y exclusividad que las mujeres.*

*Esta tendencia sigue creciendo y gracias a la globalización y el acceso a la información, el hombre busca y pide la mejor calidad en servicios y productos.*

*Este crecimiento ha ido de la mano con el mayor consumo de productos para el cuidado personal masculino. Según la compañía de investigación Euromonitor, este mercado tiene un valor de 8 mil millones de dólares para la belleza masculina en América Latina, mientras que la consultora internacional Kline estima que el segmento de productos profesionales para el cuidado del cabello aumentó más de 9% en el 2016 (Estados Unidos) y cerca del 6% (Europa).*

# PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE MARCA

02



FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

---

*A lo largo de todo este tiempo, se indentificó que los clientes de Montalvo For Men, son hombres bastante masculinos, hombres que quieren verse bien sin llegar al punto de verse “artificiales”, quieren mantener su postura de hombre fuerte y rudo pero con estilo. Se preocupan por su imagen personal con el principal objetivo de que sea bien visto ante los demás, sobre todo por el sexo opuesto.*

*Y por sobre todo necesitan un lugar dónde puedan encontrar todo lo referente a cuidado personal masculino, y que sea exclusivamente para hombres.*

*Es por ello que nace Montalvo For Men, una alternativa con un nuevo concepto de barberías, que incluye servicios variados que otras barberías no ofrecen, desde corte de cabello, hasta masajes, pero con precios accesibles para todo nivel socio económico.*

## “PASIÓN POR LA BARBERÍA”

---

*Esta frase manifiesta precisamente el concepto principal de nuestra marca, un aire nuevo en barberías, ofreciendo servicios variados, incluso aquellos servicios que se consideraban eran exclusivos para mujeres, como manicure y pedicure, y que muchos hombres a pesar de necesitarlos no se atrevían a realizárselo por miedo a las críticas o por no tener un espacio especializado y centrado en ellos.*



FOR MEN

FOR MEN

MONTAIVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTAIVO FOR MEN

# ADN DE MARCA

## ¿CÓMO SOMOS?

### **CAPACES**

*Contamos con colaboradores altamente capacitados para cumplir con las demandas y necesidades de nuestros clientes.*

### **COMPETITIVOS**

*Trabajamos con calidad en nuestros servicios, productos y herramientas. Nos preocupamos siempre superar los estándares de calidad como también de infraestructura.*

## ¿CÓMO NOS PRESENTAMOS?

### **TONO**

*Nos expresamos de forma concreta y clara.*

### **ASPECTO**

*Nos presentamos flexibles, con bases en las tendencias del mercado y estilismo, promovemos la expresión corporal y el estilo personal.*

### **COMUNICACIÓN**

*Nuestra comunicación es informal e intrapersonal pero manteniendonos centrados (no jergas).*

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

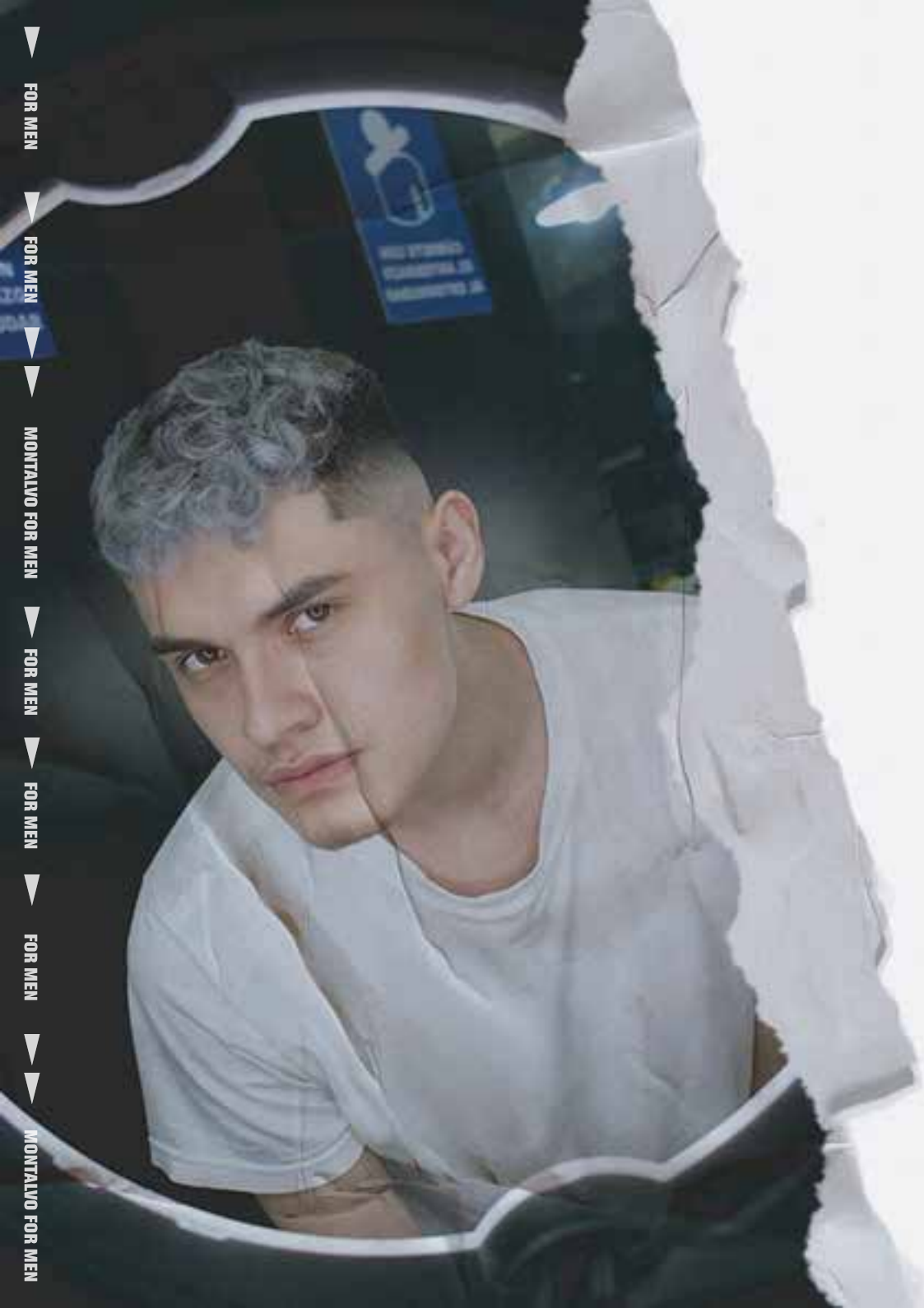
# ADN DE MARCA

## ¿QUÉ TRANSMITIMOS?

*Hacemos que los hombres se sientan cómodo de atenderse con nosotros en un ambiente exclusivo para ellos, con la seguridad de un servicio de calidad.*

## ¿QUÉ PROYECTAMOS?

*Proyectamos fortaleza, prestigio, calidad, masculinidad, seguridad, y ser una empresa consolidada con vistas de expansión.*



FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

# TARGUET

MERCADO DE  
CUIDADO MASCULINO

HOMBRES DE:

**18 A 55 AÑOS - A/B, C+ Y C**

INTERESADOS EN SU  
CUIDADO PERSONAL

ACTUALMENTE CONTAMOS CON **20**  
UNIDADES DE NEGOCIO Y PRESENCIA EN **45**  
LOCALES DE MONTALVO SALÓN & SPA

CRECIMIENTO DE MERCADO ENTRE UN **6% Y 8%**  
VALORADO EN 22. 447 MILLONES DE SOLES

RETORNO DE INVERSIÓN NO MAYOR A  
**36 MESES**

CRECIMIENTO DE PROYECCIÓN DE **10**  
SALONES EN LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS



# IDENTIDAD DE LA MARCA

04



FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTAVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTAVO FOR MEN

MONTAVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

*El sistema de identidad de marca servirá como guía para las posteriores acciones que ejecute la marca, ya que grafica cómo esta está construida.*

**ESCENCIA:**

*La esencia resume en una frase lo que es la marca y captura todos aquellos aspectos de su composición.*

**IDENTIDAD CENTRAL:**

*Son aquellos atributos y asociaciones de marca que deberán permanecer constantes en el tiempo (o por lo menos variar en laxos mucho más largos); además, son estos los que comunican la marca independientemente del producto, del segmento, o la geografía.*

**IDENTIDAD EXTENDIDA:**

*Estos elementos pueden variar en la comunicación de marca dependiendo del producto, del segmento o de la geografía; no obstante son parte de la identidad.*

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

**ESENCIA**  
"Pasión por la Barbería"

01

02

**IDENTIDAD CENTRAL**

Buena relación con el barbero  
Decisión  
Masculinidad  
Independencia  
Colores Blanco, Rojo y Azul

03

**IDENTIDAD EXTENDIDA**

Emprendimiento  
Calidad  
Peruanidad  
Mejor continua



FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

FOR MEN

MONTALVO FOR MEN

05

# PARTNERS OFICIALES

A M E R I C A N  
**CREW**<sup>®</sup>  
Official Supplier to Men<sup>™</sup>

**REDKEN  
BREWS**  
NYC GROOMING

**V**  
VIKINGO

**NISH  
MAN**

PASIÓN POR LA BARBERÍA