

RESUMEN EJECUTIVO

Distribuir futuro

Estrategia, crecimiento y transformación de las empresas distribuidoras de productos de peluquería

Propuesta para L'Oréal

[AUTOR / ENTIDAD RESPONSABLE]

31 de agosto de 2026

Documento confidencial

PARA DECISIÓN INTERNA

Primera fase • propuesta de una sesión presencial de 90 minutos • [AUTOR / ENTIDAD] • 31 de agosto de 2026

Dos clientes, varios canales y una sola estrategia empresarial.

Documento confidencial. Pendiente de validación de alcance, fecha, condiciones económicas e identidad visual autorizada.

La propuesta en una página

Una experiencia ejecutiva para decidir, no una conferencia para acumular conceptos

El cuidado del cabello y el canal profesional crecieron en España durante 2025, pero las categorías y canales evolucionaron de forma desigual. El consumidor puede localizar y comparar oferta especializada en cadenas y canales digitales; al mismo tiempo, el salón sigue necesitando disponibilidad, soporte y desarrollo. El reto no es predecir qué canal «ganará», sino decidir qué función cumplirá cada uno y si su economía es sostenible. [M1–M3, M6, M8–M10]

Cuando el acceso al producto deja de diferenciar, el distribuidor debe demostrar un resultado: menos fricción para el salón, mejor elección y reposición para el consumidor, y contribución suficiente para sostener ambas promesas.

Qué propone		Cómo se vive	Qué produce
Una mentoría estratégica colectiva, sectorial e independiente de proveedor.		Cada mesa dirige una empresa ficticia durante cuatro rondas de decisión conectadas.	Una hipótesis de transformación: prioridad, renuncia, propuesta B2B/B2C, capacidades y plan 30/60/90.
Minutos	Ronda	Decisión	
0–19	Activación + grieta económica	Riesgo y restricción sustentados por datos.	
19–34	Una apuesta y una renuncia	Dónde competir, cómo ganar y qué dejar de hacer.	
34–61	Dos clientes, un sistema	Promesas B2B/B2C, regla de convivencia y recursos.	
61–86	Del futuro al experimento	Piloto de IA, escenario y plan 30/60/90.	
86–90	Consejo final	Prioridad, renuncia, prueba e indicador individual.	
90 min		36,7 %	63,3 %
total exacto		explicación	aplicación
			10–25
			participantes

Tres casos que obligan a decidir

Aurora Profesional debe liberar caja sin destruir servicio; ProSalón Levante debe proteger cuentas B2B sin convertir el descuento en estrategia; Nexo Beauty debe hacer rentable el crecimiento B2C y definir reglas que preserven confianza profesional. Son casos ficticios, con cifras didácticas y consecuencias; no se presentan como empresas reales ni como benchmarks.

Valor potencial para L'Oréal

El programa puede aportar valor empresarial adicional, favorecer un lenguaje de gestión más profesional y abrir conversaciones sobre inventario, fidelización, datos y futuro del canal. No promete mejoras de ventas o rentabilidad ni atribuye a L'Oréal una posición no confirmada.

DECISIÓN SOLICITADA

Validar el enfoque y autorizar una segunda fase para desarrollar presentación, guion, cuaderno, casos completos, tarjetas, plantillas financieras, cuadro de mando, seguimiento, adaptación visual y ensayo.

Base: Stanpa 2024–2025; Eurostat; INE; literatura revisada por pares sobre valor, relación, inventario, experimentación, simulación y transferencia. Matriz y limitaciones en el anexo técnico.