

ESPACIO **10**

Una publicación de

 franquiciashoy

franquicia

ESTÉTICA Y BELLEZA

¿CUÁLES HAN SIDO
LAS CLAVES DE SU
CRECIMIENTO?

CONOCE LAS 47
ENSEÑAS MÁS
RELEVANTES
DEL SECTOR

UN SECTOR CADA VEZ MÁS ATRACTIVO PARA EL
EMPRENDEDOR CON TENDENCIA HACIA EL "LOW COST"

ÍNDICE

04 Claves del Sector

Caracterizadas por la tendencia hacia el low cost, el reconocimiento de marca, el uso de la tecnología y la gran diversidad de servicios.

05 Reportaje del Sector

Con un total de 47 redes de franquicia, el sector de estética y belleza se expande a gran velocidad gracias a la gran demanda que han fomentado los nuevos hábitos de la sociedad.

14 Ranking

Consulte nuestro ranking y conozca las enseñas del sector más económicas y más expandidas.

16 Entrevistas

Entrevistamos a los principales responsables de las franquicias de estética y belleza.

24 Reportaje enseñas del sector

Acércate a esta sección y conocerás multitud de marcas del sector y sus oportunidades de negocio.

28 Quién es quién

Descubre a los responsables de cada enseña.

30 Directorio

Todos los datos que necesitas saber de cada franquicia del sector.

ESPACIO FRANQUICIA

Espacio Franquicia es la revista online de Franquiciashoy.es que tiene como objetivo informar periódicamente sobre los sectores de la franquicia y sus protagonistas. El contenido de Espacio Franquicia incluye las tendencias más actuales del sector, la información de las principales marcas, en un espacio exclusivo donde mostrar sus modelos de negocio, entrevistas, reportajes y un quién es quién de los principales protagonistas del sector. En este número tratamos el sector de Estética y Belleza.

ESPACIO
franquicia

BIENVENIDOS A ESPACIO FRANQUICIA

TODO LO QUE TIENES QUE SABER SOBRE
LAS FRANQUICIAS DE ESTÉTICA Y BELLEZA





MODA Y ESTÉTICA VAN DE LA MANO

Los críticos años que hemos arrastrado durante la última década en nuestro sector han forzado una fulminante adaptación a las nuevas tendencias de consumo como el principal reto al que nos enfrentamos.

A un cliente cada vez más exigente y conocedor de lo que realmente desea, necesita que se le pueda ofrecer flexibilidad total para su comodidad y satisfacción, algo que requiere un mayor esfuerzo por nuestra parte.

Ampliación de horarios de apertura de los establecimientos que se puedan adaptar a los diferentes perfiles. Ofrecerles información clara, detallada y accesible, de los servicios de los que pueden disfrutar, para que no se lleve a engaños a la hora de pagar.

La moda es un sector que evoluciona en paralelo con el sector de la belleza, de ahí que sea fundamental estar informado y preparado para ofrecer las últimas tendencias e innovaciones presentes en la calle.

Para ello, hay que fomentar en los equipos de trabajo ese gusto por estar atento a lo que viene y formarse para poder desarrollar ese trabajo y ofrecerlo. Por ello, apostamos por una constante y evolutiva formación de nuestros equipos en todo lo que necesiten.

Sergio Espejos,
Director Adjunto
Spejo's Peluqueros

CLAVES DEL SECTOR

Las franquicias de estética y belleza han crecido en número gracias, en gran parte, al aumento del gasto de la sociedad en la contratación de servicios relacionados con el culto al cuerpo y a la belleza exterior. El sector ha sufrido cambios a lo largo de los últimos años y es necesario conocerlos si estás dispuesto a empezar a adquirir una franquicia en el sector. A continuación, enumeramos las claves del sector:

GRAN RECONOCIMIENTO DE MARCA

Las enseñanzas del sector, al contar con un gran número de establecimientos, entre otros factores, poseen un gran reconocimiento de marca entre los consumidores. Aquellos clientes que busquen cualquier tratamiento de belleza que no tengan un establecimiento predefinido, tenderán a acudir a una marca franquiciadora.

GRAN IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA

Se trata de un sector en el que la innovación se torna vital para aquellas enseñanzas que operan en el mismo. La capacidad de desarrollar productos y servicios con las últimas tecnologías hace posible que una enseñanza destaque sobre sus competidoras. Este hecho se hace especialmente patente en el subsector de la estética.

GRAN DIVERSIDAD DE SERVICIOS

Cada vez existen menos enseñanzas dentro del sector cuya oferta no abarque todos los servicios relacionados con la estética y los tratamientos de belleza dirigidos a distintas partes del cuerpo. El número de enseñanzas que ofrecen un amplio espectro de tratamientos de belleza y estética global es cada vez mayor, permitiendo a los clientes aprovechar al máximo su visita a su centro de belleza de confianza.

GRAN INFLUENCIA DE LA TENDENCIA LOW COST

Muchas de las enseñanzas del sector han modelado un negocio distinto, debido a que ha surgido un nuevo escenario donde gran parte del público elige opciones de bajo coste. Para ello, estas franquicias han pasado por un proceso de cambio de operativa en el que se realiza un mayor número de servicios en menor tiempo.

REPORTAJE DEL SECTOR

Estética y Belleza



ESTÉTICA Y BELLEZA

INCREMENTO DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS Y ENSEÑAS DEL SECTOR

A primer vistazo, la industria de la belleza puede estar ligada al glamour, lo superficial y a todo lo relacionado con estos temas. En realidad, esta percepción no está mal encaminada, ya que engloba este mundo a la perfección, pero también engloba al resto de personas que únicamente buscan mejorar su aspecto físico. Las franquicias de estética y belleza tienen como objetivo ayudarnos a vernos mejor físicamente.

El sector de las franquicias de estética y belleza es más diverso de lo que normalmente se piensa. Encontramos franquicias dedicadas a la depilación, a los servicios de peluquerías, expertos en tintes y extensiones para el pelo, servicio de pedicura y manicura, expertos en el rejuvenecimiento de la piel, diseño de cejas o en la realización de masajes.

Las franquicias de estética y belleza han sufrido diversos altibajos a lo largo de los últimos años. Tras el boom que se experimentó en España con la irrupción de empresas pioneras como No+Vello, varias fueron las compañías que empezaron a operar en el país abriendo una gran cantidad de locales. Una vez el mercado fue copado, varias de estas empresas decidieron dar el paso y abrir nuevos establecimientos en Latinoamérica.

Este segmento de mercado tiene, como una de sus características principales, el reconocimiento de mar-

ca de los consumidores a la franquicia. El elevado número de establecimientos que poseen algunas enseñas de este segmento de mercado permiten un mayor reconocimiento de marca de las mismas. Aquellos consumidores que no tengan una marca establecida como favorita, tenderán a acudir a estas franquicias. Otra opción es que el cliente acuda a peluquerías Premium o más tradicionales, las cuales existen también en modelo de franquicia (sin un volumen de servicios realizados tan alto), donde la tendencia es a no cambiar de opción, salvo que sientan que la marca les falla en alguna ocasión (este aspecto cobra especial importancia en el subsector de la peluquería, donde en rara ocasión fiamos nuestro aspecto a diferentes personas). La lealtad a una marca supone una gran ventaja respecto a los competidores puesto que supone una base de clientes fijos durante largos períodos de tiempo, relación que puede incluso dilatarse durante toda la vida del consumidor.

Dentro del sector de las franquicias de estética

y belleza, vemos como los servicios de las diferentes enseñas que lo integran son cada vez más amplios, ofreciendo servicios de estética globales. Actualmente, el número de marcas que ofrecen todos los servicios relacionados con la estética en un mismo local han aumentado, permitiendo al cliente realizar todos los cuidados de belleza que necesitan a la vez y en el mismo lugar, aumentando su comodidad y satisfacción.

SEGMENTACIÓN DEL SECTOR

Atendiendo al sexo, los mayores consumidores de los productos y servicios que ofrecen las enseñas de este segmento de mercado son las mujeres. A pesar de que la mayoría del público es femenino, en los últimos años se está experimentando un fuerte auge del consumo de productos y servicios estéticos masculinos, destacando el aumento de establecimientos creados por las franquicias de salones de peluquerías masculinas.

Dentro de este subsector, han aparecido nuevos modelos de negocio como son las barberías, que emulan a las tradicionalmente llamadas barber shops.

El gasto realizado por las mujeres españolas en el sector de las franquicias de estética y belleza supera los 67 Euros al mes. Si segmentamos a las mismas mujeres por lugar de residencia en Comunidades Autónomas, las extremeñas son aquellas que más dinero destinan a estos tipos de tratamientos y servicios con un total de 97 Euros al mes, seguidas de aquellas que residen en Castilla y León con un total de 80 Euros al mes. Al contrario, aquella que menos gastan son las murcianas con 59 Euros al mes y las catalanas con 62 Euros al mes. Estos datos, recogidos de un estudio realizado por Fintonic (aplicación de control financiero), nos pueden dar una idea de cuáles pueden ser buenas localizaciones para establecer una franquicia de estética y belleza en España.

La tecnología y la formación desempeñan un papel fundamental dentro de las enseñas del sector. Estas franquicias destacan entre la competencia gracias a las innovaciones que son capaces de llevar a cabo. Por esta razón, la apuesta por la formación y el desarrollo es superior al resto de sectores.

A pesar de que la mayoría del público es femenino, en los últimos años se está experimentando un fuerte auge del consumo de productos y servicios estéticos masculinos.

EL SECTOR EN DATOS

Se trata de un segmento de mercado en el que operan un total de 47 enseñas. Estas, a su vez, cuentan con un total de 2.466 unidades de negocio, que están repartidas a lo largo de todo el territorio español. Las franquicias de estética y belleza han conseguido facturar una cifra cercana a los 334 millones de Euros, hecho que demuestra el buen hacer de las mismas. Para alcanzar esta facturación, han necesitado realizar una inversión total de 104 millones de Euros. Además, han conseguido generar 10.891 empleos, siendo excelentes cifras y convirtiéndose en uno de los sectores que más puestos de trabajo aportan a la sociedad.

Con todos estos datos, concluimos que la facturación media de estas franquicias es de 135.326 Euros y la inversión media es de 42.099 Euros. Estos datos muestran que se trata de un sector atractivo para cualquier inversor.

TENDENCIAS EN EL SECTOR

A lo largo de los últimos años, la evolución del sector se ha hecho patente con las mejoras que han llegado de la mano del número de nuevas empresas que operan en este segmento de mer-



cado. Todas estas nuevas franquicias han traído consigo un aumento de la competitividad y la necesidad de sacar a la luz nuevos descubrimientos que les sitúen a la cabeza.

Los productos orgánicos y los productos producidos de manera sostenible suponen un nicho de mercado estable, cuya previsión es de crecimiento para muchos años. Es vital para las franquicias que ofertan servicios, o utilizan productos de esta índole, que muestren la información totalmente detallada de los beneficios que aportan y de los elementos utilizados en su fabricación.

España es un país cuya población vive cada vez más y la edad media sube cada año debido a la disminución del número de nacimientos. Este hecho ha sido aprovechado por diversas enseñanzas dentro del sector, ofreciendo servicios especiales para las personas mayores, cuyo poder adquisitivo es alto. Dentro de estos servicios destacamos los llamados “antiaging” o antiedad, cuyo objetivo es que el aspecto del consumidor luzca más joven.

Por último, destacar el crecimiento de la estética dirigida al mundo masculino. Esta tendencia es relativamente nueva, pero se espera que siga creciendo en los años venideros. Este segmento de mercado supone una gran oportunidad para todas las enseñanzas del sector.

ESPECIALIZACIÓN DENTRO DEL SECTOR

La mayoría de propietarios de las distintas franquicias de estética y belleza tienen un perfil inversor. Estas personas buscan una oportunidad de negocio rentable y estable, sin provenir necesariamente del mundo de la belleza y la estética. Según Sonia Pérez, directora de expansión de d-beauty group, “el 70% de los franquiciados del grupo tienen un perfil inversor y el resto proviene del autoempleo. Además, los franquiciados no tienen que saber del negocio de la estética, sino



DATOS SECTOR

Facturación Media
135.326 €

Inversión Media
42.099 €

saber gestionar el mismo. El aprendizaje de las claves del sector lo aporta el día a día”.

Dentro del sector encontramos enseñanzas con diferentes grados de especialización. Por un lado, existen las enseñanzas que ofrecen servicios rápidos por un precio inferior a la media. Otro de los tipos de especialización existentes, ofrece un servicio con más detalles e integral. Ambos tipos son rentables y se ven en todo el sector.

EL PESO DE LA DEPILACIÓN EN EL SECTOR

Dentro del sector, vemos como la industria de la depilación coge fuerza y se alza como uno de los motores principales dentro de la estética y la belleza y destaca como uno de los segmentos más importantes de la industria. Las franquicias de depilación láser han crecido de manera estable en nuestro país. Además, las innovaciones que se están llevando a cabo las franquicias de depilación han aumentado la seguridad de los clientes a la hora de contratar y utilizar estos servicios.

Dentro de las novedades del sector de la depilación, destacamos la fototermólisis, un método de depilación novedoso importado desde Israel. Esta innovación trabaja mediante láser de diodo Soprano A, que es más rápido e indoloro que la versión anterior. Franquicias como Centros Único utilizan la tecnología Lightseer Duet y Omnia Lumen, que consigue resultados mejorados respecto a sus competidores.

Existe un gran número de enseñanzas englobadas en el sector de la estética y la belleza que, además de ofrecer servicios de depilación, ofrecen una gran variedad de servicios que complementan su oferta.

En los últimos años ha aumentado el número de clientes del género masculino fieles a este tipo de servicios, llegando a cifras cercanas al 20% del total de consumidores. Los distintos métodos de depilación son especialmente usados entre hombres que practican deportes como natación, ciclismo o halterofilia

FRANQUICIAS DE UÑAS

El número de establecimientos dedicados al cuidado de las uñas ha crecido en los últimos años gracias, en gran parte, al aumento en el número de servicios en un menor espacio de tiempo. Los clientes buscan servicios de arreglo de uñas a un precio competitivo y que, además, se realice un trabajo rápido y de calidad. Por ello, la gran mayoría de enseñanzas cuentan con un alto número de trabajadores y están situadas en zonas de gran tránsito, permitiendo realizar servicios a un gran número de clientes y aumentando la rentabilidad de las mismas.

Las enseñanzas incluidas en este sector de actividad suelen requerir un nivel de inversión bajo para comenzar a funcionar. Las mayores inversiones las requerirán el local (sin necesidad de grandes pretensiones), los utensilios de trabajo (escritorios de trabajo, lámparas para iluminar o elementos de cobro y gestión, entre otros) y el personal.

Estas enseñanzas destacan por una gran sencillez de montaje y gestión y por la facilidad de adaptación a diferentes espacios, ya sean centros comerciales o córners. Este hecho es posible gracias a la baja inversión necesaria y el poco espacio que se necesita para realizar servicios de cuidado de uñas.

En lo relacionado a las técnicas más utilizadas por los artistas que trabajan en el sector del cuidado de uñas, encontramos el “dip system” o esmalte en polvo como la técnica destacada entre estos artistas gracias a que con la misma ofrecen un servicio duradero de forma rápida. Entre las tendencias en el arte de las uñas encontramos el tratado de uñas con hilo, el tratado de uñas con efecto espejo o aplicar el efecto de gafas de sol en las uñas. Todas estas formas de arte en las uñas permiten que el sector mantenga un crecimiento estable ya que los consumidores buscan un cambio frecuente en el diseño de sus uñas.

LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

La mayoría de los locales de las enseñanzas del sector se ubican en centros comerciales e islas. La causa de este hecho es la necesidad de una gran afluencia de público para que estos negocios aumenten su rentabilidad. Las franquicias de este sector aumentan sus ventas gracias a la compra por impulso que aumenta en lugares como los centros comerciales. El verdadero éxito de estas enseñanzas viene relacionado con una gran afluencia de clientes, un gran número de servicios realizados en poco espacio de tiempo y unos precios competitivos.



IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
Nails Factory	22.900 €	2008	150
d-uñas	Desde 25.900	2009	62
Nails4us	35.900 €	2000	6
Nautal Nails	Desde 13.000 €	2018	1
Uñas 10	21.000 €	2012	1

FRANQUICIAS DE ESTÉTICA

Las franquicias de este subsector tienen como objetivo la mejora y cuidado de la imagen exterior. Muchas de estas enseñas ofrecen servicios muy diversos como, por ejemplo, la franquicia Bellum, que ofrece servicios de lipocavitación, presoterapia, masaje anticelulítico, peeling químico, antiaging, mesoterapia o depilación con láser de Diodo ZG5. Una de las tendencias principales en el sector son los bonos de servicios que varias enseñas venden a sus clientes con ofertas de cuidado de la belleza exterior total, con las que tienen derecho a diversos tratamientos mensuales.

Como en el resto de subsectores dentro de la estética y la belleza, ha surgido un movimiento de consumo de productos que respetan el medio ambiente y en los que no se han utilizado animales como medio de experimentación.

TECNOLOGÍA USADA

Como sucede en el resto de subsectores relacionados con el sector de la estética y la belleza, la tecnología utilizada en los servicios que ofrecen estas enseñas se convierte en un elemento diferenciador. Enseñas como Beauty Max ofrecen servicios realizados a través de las tecnologías más punteras del sector como son la Radiofrecuencia Fraccionada, la Ultra Cavitación, Fotorejuvenecimiento con el sistema E-light (IPL + RF) o la Presoterapia IR térmica.

Una opción destacada que es elegida por muchos clientes es el tratamiento para la celulitis y el drenaje corporal, seguido de tratamientos de tonificación y volumen muscular. La enseña No+Kilos utiliza la tecnología Overclass Active, basado en la electroterapia, para solucionar estos problemas.

CAMBIOS EN EL MODELO DE NEGOCIO A LO LARGO DEL TIEMPO

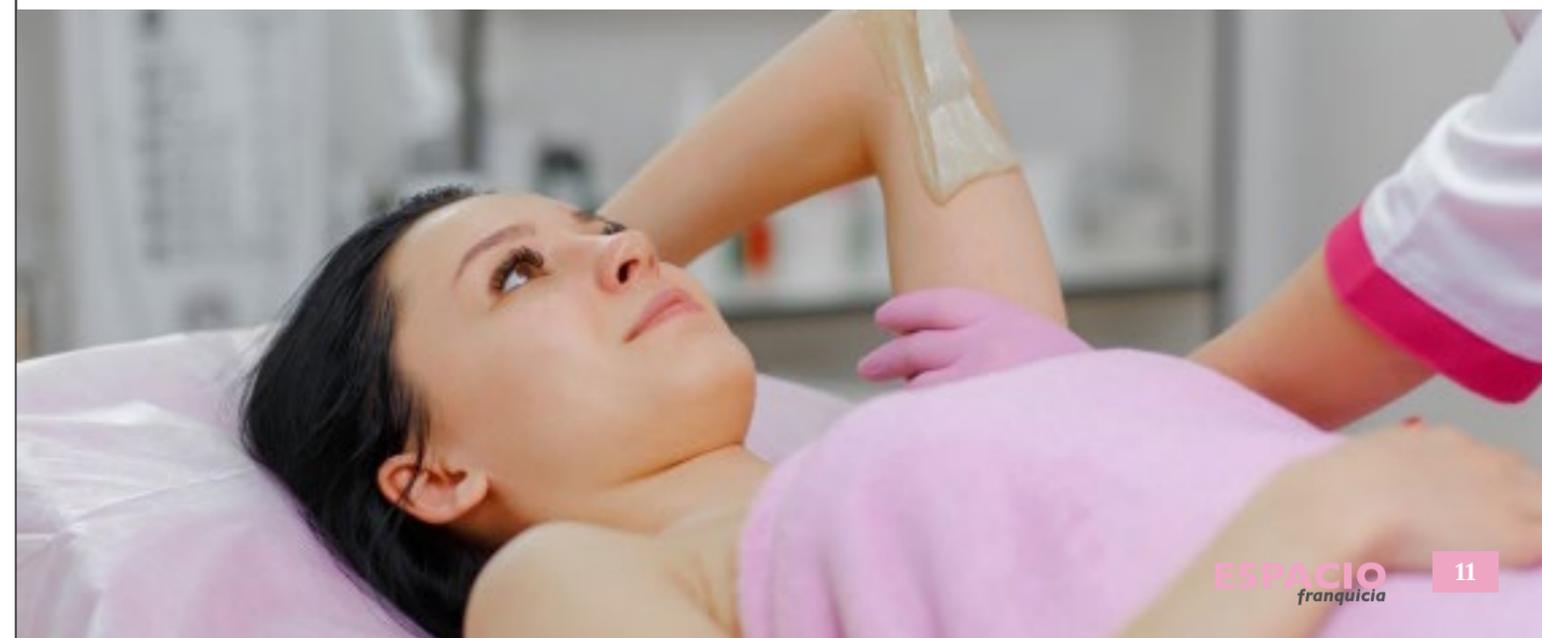
Varias de las franquicias englobadas actualmente en el subsector de la estética y belleza comenzaron ofreciendo exclusivamente servicios de depilación, pero acabaron evolucionando a lo que se conoce actualmente como una franquicia de estética. El objetivo ha sido aumentar el número de servicios ofrecidos, de forma que el cliente pueda conseguir realizarse un tratamiento de belleza global en el mismo momento y establecimiento.

Franquicias como Vellísimo han pasado de ofrecer exclusivamente servicios de depilación a ofrecer, además, tratamientos corporales, tratamientos faciales, tratamientos relajantes y tratamientos de IPL. Dentro del tratamiento IPL encontramos el foto-rejuvenecimiento facial, el tratamiento de difuminación de manchas o el tratamiento anti-acné. Como podemos comprobar, son servicios que suponen una ampliación de los servicios de depilación tradicionales.

La ampliación de servicios ha llegado de la mano, en muchos casos, de un tratamiento más cuidado y detallado, permitiendo al cliente disfrutar de una experiencia agradable en la que, además, mejora su experiencia.

IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
No+Vello	37.000 €	2008	200
Centros Único	No especificado	2011	160
Vellísimo Center	45.000 €	2009	151
Depiline	55.000 €	1999	65
D-pílate	Desde 25.900 €	2009	62
Beauty Max	Desde 5.995 €	2009	30
Sundara	Desde 25.000 €	2016	26
The Coloured Clap	Desde 9.900 €	2013	16
Lashes & Go	Desde 50.000 €	2015	14
Sin Huella	17.000 €	2016	14
Mimas hair & beauty	39.000 €	2011	13
Mírame Lashes & Brows	22.900 €	2013	11
Centros Ideal	Desde 30.000 €	2014	10
Lipotherm Center	11.900 €	2015	8
Lovely Lashes	15.000 €	2013	8
No+Kilos	Desde 25.000 €	2013	8
Elixian technology	Desde 14.000 €	2017	7
Bellum	30.000 €	2008	5



FRANQUICIAS DE PELUQUERÍAS

España es un país que cuenta con una gran tradición peluquera, existiendo una peluquería cada 900 ciudadanos, según datos arrojados por Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética). Con estos datos, España se sitúa por encima de la media del resto de países europeos en lo referente al número de peluquerías existentes. Según datos arrojados por Stanpa, la gran mayoría de las mujeres que residen en España (el 85% concretamente) visitan con gran frecuencia las peluquerías. Del lado masculino, son el 65% de los habitantes españoles los que visitan habitualmente las peluquerías.

MORFOLOGÍA DE LOS NEGOCIOS

En los últimos años han aflorado diversos tipos de negocio dentro del sector de las peluquerías. Por un lado, encontramos las peluquerías de estilo clásico, que destacan por tener un precio medio-elevado y ofrecer un servicio que cuida los detalles. Otro tipo

de peluquerías son las denominadas “low cost”, o de bajo precio, que se caracterizan por tener un elevado nivel de autoempleo y por ser el tipo de negocio que más ha crecido en el subsector de la peluquería. Por último, destacamos las peluquerías “Premium”, caracterizadas por llevar a cabo peinados con una larga elaboración y con un cuidado máximo de los detalles.

La demanda de los servicios de peluquería es consistente. La gran mayoría de la población requiere cortes de pelo y servicios de peluquería. Además, los usuarios son reticentes a cambiar de peluquería, ya sea por afinidad o por resultados. Este hecho ofrece una oportunidad a las franquicias de mantener una gran cantidad de clientes si ofrecen un servicio que les siga satisfaciendo.

La última tendencia dentro del sector de la peluquería es el uso de la tecnología para que los usuarios puedan prever cómo les quedarían diversos estilos de peinados. Además, el uso de productos orgánicos, naturales y con materiales vegetales comienza a coger fuerza en nuestro país, siendo uno de los puntos fuertes y distintivos de algunas marcas.

NEGOCIOS CREADOS PARA EL HOMBRE

En los últimos años, han aflorado nuevos establecimientos de peluquería dedicados exclusivamente al género masculino, gracias a que ha aumentado el gasto de los mismos en productos y servicios relacionados con la peluquería. Existen diversas enseñas que han decidido lanzar una rama de la marca dedicada en exclusiva al género masculino. Este es el caso de Marco Aldany con Mister A, la versión masculina de la misma. Muchas de estas franquicias, dedicadas en exclusiva al hombre, ofrecen servicios de barbería como complemento a los servicios de peluquería.

La evolución de las franquicias de peluquería ha pasado de los modelos de negocio antiguos, entre los que encontramos peluquerías femeninas o unisex, a los modelos más modernos, en los que aparecen las peluquerías enfocadas a un público masculino.

Por último, destacar que el movimiento “híster” ha sido artífice de un incremento de las visitas por parte del público masculino a las barberías, puesto que en el mismo destacan las barbas largas y cuidadas.

IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
Marco Aldany	Desde 50.000 €	1997	+ 400
Peluquerías Low Cost	24.750 €	2013	401
Jean Louis David	50.000 €	1979	105
Oh My Cut !	39.000 €	2007	79
Spejo´s Peluqueros	60.000 €	1995	72
Mister A	Desde 30.000 €	2015	+ 60
Cebado	Desde 45.000€	1973	53
Rasel Peluquerías	22.500 €	2010	51
Carlos Conde	50.000 €	2010	47
Sin Mas Piojitos	5.950 €	2012	42
Fashion Kids	Desde 42.000 €	2006	30
Franck Provost	50.000 €	1975	21
Joopi Kids	8.500,00 €	2013	19
Azul de Rizos Peluqueros	Desde 90.000 €	1995	18
Extensionmanía	Desde 60.000 €	2007	18
Llongueras	Desde 60.000 €	1994	18
Low Cost & Quality Peluquerías	20.000 €	2017	15
Easycut Peluquerías	50.000 €	2008	14
Rizo´s	90.000 €	1980	12
CDM Estilistas	14.000 €	2015	9
Alberto Cerdán	Desde 4.800 €	2003	8
Pablete´s Peluquería Infantil	19.000 €	2014	6
myhair Barcelona	20.000 €	2011	4
Hombre actual	50.000 €	2013	2

RANKING

Estética y Belleza



UÑAS

Más expandidas (establecimientos)

NAILS FACTORY	150
D-UÑAS	57
NAILS4US	6
NATURAL NAILS	1
UÑAS 10	1

Más económicas (inversión)

UÑAS 10	21.000 €
NAILS FACTORY	22.900 €
NAILS4US	35.900 €
NATURAL NAILS	Desde 13.000 €
D-UÑAS	Desde 25.900 €

PELUQUERÍAS

Más expandidas (establecimientos)

MARCO ALDANY	+ 400
PELUQUERIAS LOW COST	401
JEAN LOUIS DAVID	105
OH MY CUT!	79
SPEJO'S PELUQUEROS	79

Más económicas (inversión)

SIN MAS PIOJITOS	5.950 €
JOOPI KIDS	8.500 €
CDM ESTILISTAS	14.000 €
PABLETE'S PELUQUERÍA INFANTIL	19.000 €
LOW COST & QUALITY PELUQUERÍAS	20.000 €

ESTÉTICA

Más expandidas (establecimientos)

NO + VELLO	200
CENTROS ÚNICO	160
VELLÍSIMO CENTER	151
DEPILINE	65
D-PÍLATE	62

Más económicas (inversión)

LIPOTHERM CENTER	11.900 €
LOVELY LASHES	15.000 €
SIN HUELLA	17.000 €
MÍRAME LASHES & BROWS	22.900 €
BELLUM	30.000 €



SONIA PÉREZ, Directora de Expansión de d-beauty group

Sonia Pérez

La tendencia está dirigida a no crear negocios low cost y sí a ofrecer servicios integrales especializados

Desde FranquiciasHoy buscábamos conocer la opinión de los grupos más relevantes del sector para poder conocer las tendencias del mismo desde un punto de vista más empresarial. Por esta razón, nos acercamos a las oficinas de d-beauty group para entrevistar a **Sonia Pérez, Directora de Expansión** de este grupo.

Este es uno de los grupos nacionales referentes en el sector que posee varias marcas a nivel internacional. Cuentan con más de doce años de experiencia en el mercado de la estética y la belleza. Cuando se implantó la crisis en España y a nivel mundial, momento en el que los bancos no daban crédito y no se podían abrir negocios, decidieron moverse a Latinoamérica y ahí fue donde empezaron su expansión a nivel internacional. Se trata de un grupo que tiene tanto implantación a nivel nacional, con 60 centros, como en 9 países de Latinoamérica. Próximamente van a abrir en Ecuador y Chile, zonas en las que demuestran su máximo potencial.

El sector a nivel nacional (es el que Sonia vive de primera mano) ha sufrido una evolución bastante positiva porque ha cambiado el concepto de belleza en lo que es la mujer española. Últimamente, ha surgido un crecimiento del cuidado personal realizado, o llevado a cabo,

en centros especializados, según Sonia “eso lo estamos viendo también por el perfil de las personas que están accediendo a este tipo de servicios”. Muchos de estos clientes provienen de Latinoamérica y, además, “se está potenciando el servicio del target principal, que es la mujer”, afirma la entrevistada.

El perfil de franquiciado que potencialmente tiene el sector de la estética y la belleza es un perfil inversor, tanto si se trata de hombre como de mujer. Según Sonia, “llegan principalmente porque han visto en ese sector, por la evolución en ese mercado, un segmento que potencialmente les puede dar una rentabilidad bastante alta. En d-beauty group, en concreto, el perfil más recurrente es un 70% del perfil inversor y un 30% de auto-empleo”.

Las personas que están adquiriendo este tipo de negocios son inversores que no tienen nada que ver con el mundo de la estética, pero si es verdad que este mundo es empresarial y no tienen que saber solo sobre el mundo de la estética, “los franquiciados tienen que saber gestionar un negocio de estética, y en las franquicias de estética, aparte de saber del sector, conocimientos que aportan las propias marcas, lo que tiene que saber es

gestionar tanto un equipo como el negocio, y tiene que saber gestionar una cuenta de resultados para que le dé una rentabilidad". Es conveniente que los franquiciados sepan del mundo de la estética, la competencia, servicios... y eso lo da el paso del día a día dentro del sector.

P- ¿Cuáles son las claves principales para destacar en el sector?

R- En este momento, lo que estamos viendo que está funcionando es un nicho de mercado del sector altamente cualificado, que dé una atención personalizada y especializada al cliente final. Últimamente en el mercado hay mucho negocio de estética, pero hay mucho negocio de estética que se dedica a atender o hacer servicios con rapidez, fluidez y no dar un servicio o asistencia integral a los clientes finales. El nicho de mercado y nuestro enfoque está dirigido ahí, a esas personas que quieren estar en un centro de estética que buscan ser atendidos por un especialista por unos productos altamente cualificados y crear una cartera de clientes fidelizada.

P- Háblanos de las tendencias actuales del sector

R- Las tendencias van enfocadas a que una persona, en este caso una mujer de edad media- alta, realice un servicio integral de estética dentro del centro, es decir, que se hagan las manos, los pies, los tratamientos faciales, los corporales y encima que se encuentren a gusto en ese establecimiento. La tendencia es dar un tipo de servicio que se renueve con las modas, que salgan servicios nuevos, que saquen colores nuevos, tendencias nuevas, es decir, que lleguen a la orden del día con las tendencias que marca el mercado de la moda, avanzando en novedades y servicio. Nosotros tenemos la ventaja de estar en nueve países de Latinoamérica, aportándonos las últimas novedades que funcionan para las mujeres y que no se han implantado todavía en el mercado nacional.

P- ¿Qué papel juega la franquicia dentro del sector?

R- La franquicia en el sector tiene que dar un soporte integral al socio franquiciado, es decir, el propio franquiciado tiene que gestionar sus negocios, sus números y establecer sus objetivos de venta; el resto, tiene que ser un apoyo integral de la empresa matriz o de la empresa que está franquiciando en este caso, pues uno de los servicios al franquiciado debe ser ofrecer una atención telefónica, un soporte a cualquier duda o incertidumbre

o cualquier información que quiera recoger. Además, también debe aportarle nuevos servicios, nuevas tendencias, algo que haga renovar continuamente su negocio.

P- ¿Cómo ves el futuro más inmediato de los negocios del sector y cuáles son las expectativas de crecimiento?

R- Nosotros hemos hecho bastantes estudios de mercado y estamos enfocados a un tipo de público femenino, aunque el público masculino también es un nicho de mercado bastante importante. El público objetivo se compone de personas con edades comprendidas entre 20 y 50 años, que estén dispuestas a hacer un servicio integral dentro de los centros. En este aspecto, el especialista en este sector de la belleza, lo que trata de dar es un servicio integral, creando un cliente fidelizado y que salga satisfecho de nuestros centros. Entonces estamos viendo que la tendencia va en ese aspecto, en no crear negocios low cost y sí ofrecer servicios integrales especializados tanto en productos, buenas técnicas y buenos servicios dentro de los centros. Creemos que hay bastante nicho de mercado actualmente a nivel nacional y por ahí esperamos que tienda el mercado.

P- ¿Cuáles han sido los problemas principales a los que se ha enfrentado el sector? ¿Se puede afirmar que ha superado la crisis correctamente?

R- Los problemas principales que tenemos en el sector son varios. Uno de ellos es la tendencia a generar negocios low cost, provenientes principalmente de países asiáticos, que se están implantando en el país y que confunden a gente,

que son clientes finales, en el servicio. Este problema nos afecta relativamente, ya que tampoco es ese tipo de competencia la que nos afecta. Es cierto que se está superando la crisis del sector y evolucionando con la economía, ya que los clientes designan un presupuesto de su economía familiar en su arreglo personal.

P- ¿Por qué un franquiciado debería elegir el sector de estética y belleza antes que cualquier otro segmento de mercado?

R- Primero, porque es un sector muy dinámico. Es un sector que se desarrolla con nuevas tendencias, con servicios y, principalmente, porque esto motiva a que una persona que quiera invertir un capital relativamente bajo, que va en aumento, con rentabilidad alta.

"El nicho de mercado está en los centros de estética atendidos por especialistas, con productos altamente cualificados."



En franquicia nuestra experiencia es la mayor garantía para su empresa

Nuestros servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean franquiciar, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Puede contactar directamente con nosotros en el teléfono **911 592 558** y en el email **info@tormofranquicias.es**

TORMO
FRANQUICIAS
Consulting

Proyectos de franquicia

Expansión de Redes

Servicios Legales

Asesoramiento a Franquiciados

Marketing y comunicación de Franquicias

Internacional

Formación

Comités de Dirección

www.tormofranquicias.es

Pº Castellana, 139 28046 - Madrid Tel.: 911 592 558

Jose Luis Ruiz

Tenemos el placer de entrevistar a Jose Luis Ruiz Escariz, **Director Nacional de Franquicias en la empresa No+Vello** desde el año 2010. Jose Luis posee un Master en Dirección Comercial y Marketing realizado en el Instituto de Empresa. Durante una carrera llena de éxitos, Jose Luis ha trabajado para Pepsi, como Regional Account Manager; en la Casera, como Director de cuentas nacionales y en Schweepes como Director de cuentas nacionales y Director del canal impulso y franquicias.



JOSE LUIS RUIZ, Director Nacional de Franquicias de No+Vello

¿En qué consiste No+Vello y por qué surge?

No+Vello es una empresa española, creada en el 2007, que ha revolucionado el sector de la estética con una tarifa plana en la depilación. De este modo democratiza un servicio que sólo estaba al alcance de unos pocos. En aquellos años, una sesión de piernas completa costaba 500 € y, No+Vello, irrumpe en el mercado con su tarifa plana con un precio de 30 € zona /sesión, ofreciendo un tratamiento eficaz, seguro y económico. A partir del 2008 se comienza a franquiciar la marca y, en apenas 2 años, se abren más de 300 centros en España y da el salto a la internacionalización de la marca.

"El perfil de franquiciado es netamente femenino y en su mayoría autoempleo."

¿Qué problemas existen dentro del sector y cuáles son las claves para triunfar en el mismo?

El principal inconveniente del sector es la atomización y la falta de especialización. El cliente cada día está más informado y busca una solución permanente a su problema de vello en zonas no deseadas. Peluquerías, centros de estética unipersonales, etc. no poseen el soporte tecnológico, ni los protocolos de tratamiento

que garantizan los resultados esperados. Por ello, la garantía que te ofrece una empresa especializada, con el expertise y la envergadura de N+V, fortalece nuestra posición en el mercado.

¿Por qué es tan importante utilizar las últimas novedades en tecnología en este sector? ¿Cuáles son las mejoras tecnológicas utilizadas en los distintos tratamientos de No+Vello?

Desde el inicio, la empresa apostó por contar con las mejores tecnologías para ofrecer sus servicios, y fue un acierto. Nuestros equipos de depilación son los más potentes y eficaces del mercado. Para la de-

pilación contamos con la última tecnología en los equipos de IPL como de láser diodo. Para resaltar la importancia que desde N+V damos a la efectividad y seguridad en la oferta que brindamos a nuestros clientes, nuestros equipos pasan por dos certificaciones, una la del propio fabricante y otra a través de una de las más prestigiosas empresas certificadoras, para someterlo a diversos test de stress (seguridad, emisión de radiación, potencias, etc.) para garantizar un perfecto funcionamiento de los equipos y todos sus componentes.

Bajo la marca +esthetic utilizamos el equipo más vanguardista en emisión de luz fría (LED) cuya propiedad de fotoporosidad permiten la penetración del cosmético de manera eficaz y segura, acelerando los resultados.

¿Cuál es el perfil más común de franquiciado dentro del sector de la estética y la belleza?

Es un perfil netamente femenino, en su mayoría autoempleo y que tienen entre 1 y 2 personas de apoyo. En nuestro caso contamos con un 20% aproximadamente de hombres que, aunque no están de cara al público en el centro, son los dueños de la franquicia. Este perfil inversor tiene como funciones principales la gestión del personal y poner en marcha acciones publi-promocionales para dinamizar su centro dentro de su área de exclusividad.

Contáis con más de 200 establecimientos, ¿cuál es el secreto para conseguir tal expansión y cuál va a ser la tendencia en el futuro dentro de la enseña?

Son muchas las circunstancias que coincidieron para lograr la expansión en tan corto tiempo. Desde el punto de vista del mercado, cabe señalar que durante los años 2008 y 2009, las entidades financie-

ras seguían concediendo créditos sin demasiadas exigencias y que las empresas comenzaban a despedir a sus trabajadores, con lo cual, nos encontramos con individuos que accedían a créditos de forma rápida y sencilla, o bien, que habían cobrado sus indemnizaciones, permitiéndoles encarar un emprendimiento de las características de N+V. A nivel internacional, cerraremos el 2018 con dos nuevos acuerdos de master franquicia en países europeos.

¿En qué lugar se encuentra No+Vello dentro del sector de las franquicias de estética y belleza y cómo cree que evolucionará el mismo en el futuro?

N+V es la empresa nº 1 del mundo dentro del sector de la estética y los números hablan por sí solos. Tenemos más de 1.000 centros a nivel mundial, estamos presentes en 16 países, llevamos 10 años en el mercado y han pasado por nuestros centros, sólo en España, más de 1.000.000 de clientes.

El sector de la franquicia de estética goza de buena salud. Esperamos un repunte de nuevas enseñas debido a la, aunque lenta, recuperación económica, pero sólo podrán sobrevivir aquellas que se especialicen en un nicho determinado del sector y brinden innovación, calidad y una oferta justa. El "bazar de la estética" tiene un recorrido limitado de crecimiento.

¿Cuáles son los principales servicios ofrecidos por No+Vello y por los que destaca la enseña?

La estrategia de NO+VELLO es la especialización en depilación a través de la luz por medio de nuestros equipos de última generación de Láser Diodo y Luz Pulsada Intensa (IPL). Paulatinamente hemos ido incorporando nuevos servicios para complementar el core del negocio

creando la marca +esthetic bajo la cual ofrecemos un abanico de servicios, tales como, limpiezas faciales con energía galvánica y ultrasonido, tratamientos corporales reductores y reafirmantes, blanqueamiento dental y activos faciales, a través de luz fría (LED), complementado todo ello, por una amplia gama de cosméticos, como ampollas, máscaras y emulsiones.

"Sólo podrán sobrevivir aquellas enseñas especializadas en un nicho determinado del sector y brinden innovación, calidad y una oferta justa."

¿Cuáles son los planes de futuro de No+Vello?

Estamos completando la oferta de la depilación, incorporando nuevas tecnologías y protocolos que nos permitan ofrecer a nuestros clientes todas las posibilidades que existen en la actualidad para solucionarle su problema de vello. Con ese objetivo nace No+Vello fusión, la única empresa que combina las tecnologías más eficaces en depilación, como es el láser Diodo y Luz Pulsada Intensa (IPL), abarcando de este modo, no sólo todo tipo de vello y piel, si no también, tratando de manera personalizada el tratamiento más idóneo, dependiendo de cómo se encuentre la fase del vello en el momento de la sesión. Seguiremos avanzando para seguir siendo el referente en el sector de la depilación.

Lina Lindmark

Lina Lindmark es la **Responsable de Expansión** en la franquicia Cebado. Lina comenzó su viaje dentro del sector de la peluquería en su país natal, Suecia. Al llegar a España, país donde reside desde hace 10 años, comenzó a trabajar en la industria del retail de la mano de la marca de cosmética natural The Body Shop. Hace un año que forma parte del equipo de Cebado.



LINA LINDMARK, Responsable de Expansión de Cebado

¿Cuál es la clave del éxito en el sector de la estética y la belleza?

La peluquería y la moda están en constante evolución, pero en ambas, el factor en común más importante son las personas. Por eso, ponemos a las personas en el centro de nuestro negocio, siempre pensando en nuestros franquiciados y, a través de ellos, en nuestros clientes.

¿Cómo cree que evolucionará el sector en el futuro?

Actuando dentro de un mercado tan atomizado como es la peluquería en España, encontramos que el sector de la franquicia de peluquería se está concentrando en grandes grupos. Dentro de esto, Cebado se mantiene como un actor independiente que en la actualidad cuenta con 53 salones de peluquería.

¿Cómo ve el futuro del sector de la peluquería y belleza en España?

El futuro siempre es una oportunidad que no hay que dejar escapar. El sector se ha visto afectado por grandes cambios en los últimos años y Cebado quiere volver a poner foco en el valor del saber-hacer y en las manos del peluquero. Creemos que el camino que nos asegurará éxito en el futuro se basa en el conocimiento más profundo del negocio, a la vez que ofrecemos una experiencia que se diferencia de nuestros competidores, superando las expectativas del cliente. Por eso, estamos apostando por un nuevo concepto de salón, en el que el retail cobrará más protagonismo, ya que opinamos que el lugar referente para el cuidado del cabello deben ser los salones de peluquería.

¿Por qué Cebado escogió el método de franquicia como fórmula de expansión?

Inicialmente, desde el año 1973 que el Sr. Cebado abrió el segundo salón de la marca, lo que hoy se entiende como “franquiciar” era un paso natural de poder hacer crecer a las personas con talento y ambición bajo el nombre de Cebado. Desde entonces, esta forma de crecer, más que una estrategia, ha sido el resultado natural de la cantidad de personas comprometidas con la marca. Hoy, junto con las mejores marcas comerciales, seguimos trabajando para poder ofrecer una inversión inicial que está acorde con las expectativas de la mayoría de los profesionales e inversores.

Columnas de opinión



Las peluquerías low cost pueden crecer un 30% al año ofreciendo un servicio exprés y de calidad

En una industria muy clásica, en la que el cliente suele ser muy fiel a su peluquería de siempre, nuestra cadena, que va camino de abrir los veinte locales antes de finalizar el 2018, ha conseguido romper con los esquemas tradicionales.

La base principal para poder sacar adelante nuestro proyecto reside en la formación continua y crear protocolos de trabajo que consigan ser eficiente en el servicio, sin subir su precio. Dedicamos una gran parte de nuestros recursos para actualizar la formación de nuestros franquiciados con nuevas técnicas de corte, recogidos, color y producto. Y es ahí donde reside el pilar fundamental de nuestro éxito.

Otro factor esencial para conseguir el éxito en los salones es el “tiempo del servicio”. Puesto que el factor tiempo es algo que siempre es escaso e irrecuperable, es prioritario que en los salones CDM Estilistas se puedan realizar tratamiento en un máximo de 35 minutos.

La disminución del tiempo del servicio nos permite reducir el coste por trabajador y así mismo bajar el precio del servicio, consiguiendo un aumento de la facturación diaria.

Y estas son las razones de nuestro crecimiento exponencial tanto en la red de franquicias como en la facturación mensual de cada una, habiendo logrado en el último año un 30% de crecimiento sobre el total de salones de nuestra marca.

Carlos Rodríguez Baz,
Director de Expansión
CDM Estilistas



Claves para PYMES en su lucha con los gigantes del sector

El cambio brutal que está experimentando el sector de la belleza, donde las nuevas tecnologías, Internet, Apps y Redes Sociales, están dando paso a nuevas plataformas de venta y un mercado totalmente globalizado, donde hay gigantes del comercio electrónico, dejando una situación donde la pequeña y mediana empresa (PYMES) no puede competir tanto en precio y debe encontrar nuevas estrategias.

Una de las tendencias para diferenciarse es aportar valor añadido y negocio a la marca, a través de la envolvente arquitectónica y crear espacios únicos, capaces de transportar al cliente a una atmósfera de glamour y ritual de belleza.

Creemos que la identidad corporativa tiene que pasar de ser una mera transacción comercial o lugar de trabajo, para convertirse en una experiencia única, logrando un acercamiento entre marca, cliente y empleado.

El consumidor trascenderá del simple espacio de exposición/venta y se convertirá en un espacio que transmita experiencias tanto para el cliente como el trabajador, que consigan identificarse con una misma filosofía (Brand Actitudes).

Jorge Honrado,
Fundador y Director Ejecutivo
Extensionmania



D-PÍLATE
D-UÑAS
EXILIAN
EXTENSIONMANIA
NAILS FACTORY
RIZO'S

REPORTAJE

ENSEÑAS DEL SECTOR



D-PÍLATE

DEMOCRATIZANDO LA DEPILACIÓN

La enseña d-pilate pertenece al grupo d-beauty, uno de los grupos empresariales de belleza referentes en España. Los mismos basan su estrategia de éxito en la especialización, en el equipo de trabajo, en la innovación y en la búsqueda de la excelencia. La enseña cuenta con marcas como d-uñas y d-pilate beauty concept, lo que le otorga una gran notoriedad y un reconocido posicionamiento. Este grupo empresarial cuida al máximo el diseño y la decoración de cada uno de sus establecimientos para crear experiencias únicas.

SOBRE LA EMPRESA D-PÍLATE

D-pilate es una franquicia de depilación orientada a la satisfacción de los clientes y que apuesta por la innovación y la calidad. Ofrecen servicios variados, entre los que destacamos los servicios de eliminación permanente del vello, la medicina estética, los tratamientos corporales o los tratamientos faciales. En todos estos servicios la franquicia d-pilate utiliza las tecnologías más modernas disponibles en el mercado, como es el Láser de Diodo, la Luz Pulsada de Largo Alcance con lámparas de xenón o el botox.

Ofrecen las mejores condiciones a los franquiciados, entre las que destacamos la atención personalizada para cada uno de ellos, la central de compras que permite ahorrar tiempo, las soluciones de marketing y comunicación o la tecnología a utilizar en el negocio.

Una de las claves del éxito de la enseña radica en la formación de los profesionales que componen la cadena. Es en este punto donde d-pilate realiza mayores esfuerzos y donde se diferencia del resto de su competencia.



D-UÑAS

LA FORMACIÓN, CLAVE DEL ÉXITO

D-uñas cuenta con 57 establecimientos totales en España y con más de 14 años de experiencia en el sector. La franquicia d-uñas responde a una demanda creciente en el mercado como es la estética especializada, posicionándose con una oferta diferenciada de sus competidores y una clara orientación al cliente.

La franquicia d-uñas ha sido galardonada con el Premio AJE 2011 a la Trayectoria Empresarial organizado por la Asociación de Jóvenes Empresarios, donde se reconoció especialmente el buen hacer de la marca, su evolución y consolidación en el mercado.

Dentro de su oferta, encontramos gran variedad de servicios, todos ellos dedicados a la belleza de manos y pies. Destacan todo tipo de manicuras, pedicuras, esmalte permanente con Gel-in protector, uñas esculpidas, decoraciones, belleza para los ojos, tratamientos faciales, depilación y una línea de productos única.

EXPANSIÓN DE LA MARCA

D-uñas está presente en ocho países: Argentina, Brasil, Colombia, España, México, Nicaragua, Panamá y Perú. En d-uñas están convencidos en que la clave del éxito de la franquicia es la formación, realizando una formación inicial y una formación continuada.

La marca cuenta con central de compras para facilitar la actividad diaria de los franquiciados y conseguir, a su vez, reducir costes. Además, aportan herramientas de marketing y los mejores avances tecnológicos para que el franquiciado pueda conseguir los mejores resultados en sus ventas.



FUSIÓN ENTRE TECNOLOGÍA Y COSMETOLOGÍA PROPIA

Con un método único, la enseña Elixian se ha convertido en uno de los centros referentes en los tratamientos de Liposucción y Lifting. Cuentan con una experiencia de más de 10 años en el segmento de mercado de la electromedicina y destacan por la personalización de cada tratamiento que realizan.

Se caracterizan por seguir una serie de pautas exclusivas en cada tratamiento: no utilizan inyectables ni utilizan cirugía, los tratamientos tienen un efecto inmediato, duradero y asequible. La tecnología utilizada por Elixian en su llamado "método Elixian" constituye una mezcla entre la tecnología más avanzada existente en el sector y cosmetología propia.

TECNOLOGÍA USADA

Destacan entre la competencia gracias al empleo de un ecógrafo, que les permite conocer a qué profundidad y con qué intensidad se debe trabajar para conseguir un tratamiento efectivo. Al conocer la profundidad e intensidad necesarias, acuden a la tecnología HIFU (High Intensity Focused Ultrasound) para acabar de mejorar el tratamiento y estimular la producción natural de colágeno y elastina.

El método Elixian hace uso de la visualización ecográfica y la cosmetología de tendencia. Sus tratamientos se dividen en tratamientos faciales y corporales. Los primeros están enfocados a la eliminación de las huellas del tiempo en la cara y al rejuvenecimiento facial efectivo y natural. El segundo grupo tiene como objetivo eliminar la grasa localizada.



EXTENSIONMANIA

LA REVOLUCIÓN EN EL MUNDO DE LAS EXTENSIONES

Cuentan con más de 20 salones situados en los centros comerciales más concurridos e importantes de España, así como en algunas de las calles más importantes de la capital. Extensionmania es una de las empresas de extensiones más relevantes en España y con mayor reconocimiento de marca.

Ofrecen al cliente un servicio 360°, desde lavado, corte, color, colocación de extensiones y peinado en un mismo tocador, sin esperas, con estilistas altamente especializados y con máxima satisfacción. Extensionmania es la primera cadena de salones de peluquería especializada en la venta, colocación y mantenimiento de extensiones de cabello natural. Desde 2006, han crecido y se han ido consolidando como la franquicia referencia en el mundo de las extensiones.

CARACTERÍSTICAS DE LA ENSEÑA

Las características principales de esta franquicia son su baja inversión, la gran proyección nacional e internacional, cuentan con una escuela de formación para sus estilistas y empresarios, ofrecen exclusividad territorial, ofrecen proyectos "llave en mano" y tienen una imagen detallada y única.

Entre sus productos principales, encontramos extensiones de cabello, extensiones de volumen, herramientas para el cuidado de los cabellos y extensiones de coletas y flequillos. Estos productos llaman la atención de un gran volumen de público, que busca conseguir un cambio de look, cubrir carencias o para dar un toque novedoso a su melena.



NAILS FACTORY

LAS VENTAJAS DE USAR PRODUCTOS NO TESTADOS EN ANIMALES

Nails Factory es una franquicia dedicada a los servicios de cuidado y a la estética de las uñas. Se trata de un negocio con una baja inversión y una alta rentabilidad. Se definen como un negocio de fácil y efectiva gestión, que cuenta con un software exclusivo para controlar todos los procesos administrativos.

Además, la enseña Nails Factory tiene planes de formación al franquiciado, que le permite impartir los fundamentos y las claves de la enseña a los franquiciados de manera óptima. Como servicio extra, ofrecen formación continuada a los trabajadores sin coste adicional.

Sus más de 150 franquicias repartidas por toda España han ayudado a Nails Factory a posicionarse como uno de los referentes del sector del cuidado de uñas en nuestro país.

PRODUCTOS DE MÁXIMA CALIDAD

Los productos utilizados por esta enseña no contienen elementos nocivos para la salud como son el Tolueno, Formaldehído, Ftalatos, Resina de Formaldehído y Alcanfor. La franquicia ha denominado esta política de uso de materiales libres de elementos como 5 free. Esta es una de las políticas diferenciadoras frente al resto de competidores y supone una importante ventaja competitiva.

Los productos utilizados por la enseña no han sido testados en animales, lo que genera una comunidad de clientes fieles que acuden a la misma gracias a este hecho diferenciador.



RIZO'S

ESPACIO DE SENSACIONES Y NUEVOS PRODUCTOS

Rizo's es una enseña especializada en peluquería, estética y en servicios ofrecidos a las novias para que luzcan sus mejores looks el día de su boda. Rizo's no es un salón de belleza más, ellos han querido aprovechar al máximo la búsqueda de sensaciones y el lanzamiento de nuevos productos con los últimos avances científicos disponibles en el mercado.

A lo largo de sus más de 40 años de historia, la franquicia Rizo's ha logrado diversos premios, entre ellos, el laureado Best Salon Award – What's Up, recibido en París. Además, han participado en algunas de los eventos más reconocidos en el sector de la peluquería, destacando localizaciones tales como Londres, Chicago, New York, Bolonia o París.

Cuentan con unidades de negocio repartidas a lo largo de todo el país y han participado en varias de las revistas más importantes de la escena internacional. Como podemos comprobar, Rizo's cuenta con un gran reconocimiento de marca entre los consumidores.

ESPACIOS SENSORIALES

Con más de 60 establecimientos repartidos a lo largo de España, Rizo's se asegura que en todos ellos se ofrecen las mejores condiciones en relación a la calidad de sus servicios y productos, ofreciendo a cada cliente una experiencia que no olvidará. El objetivo de cada visita es estimular los sentidos de los clientes, mejorando así el recuerdo positivo y haciendo que cada visita sea única. El concepto ha sido apodado como The Beauty Boutique y su objetivo es el disfrute de las mujeres.

QUIÉN ES QUIÉN

CARLOS CONDE



Responsable
Carlos Conde Gil
gabinete@carloscondepeluqueros.com
Establecimientos totales 47

D-PÍLATE



Responsable
Sonia Pérez
expansion@d-unas.com
Establecimientos totales 62

FRANCK PROVOST



Responsable
Sokoa Lasas
s.lasas@correo-provalliance.es
Establecimientos totales 21

CDM ESTILISTAS



Responsable
David Rey Jiménez
cdmprofesional@hotmail.com
Establecimientos totales 9

D-UÑAS



Responsable
Sonia Pérez
expansion@d-unas.com
Establecimientos totales 62

HOMBRE ACTUAL



Responsable
Alfredo Rodríguez
alfredo.rodriguez@hombreactual.com
Establecimientos totales 2

CEBADO



Responsable
Lina Lindmark
franquicias@cebado.es
Establecimientos totales 53

ELIXIAN TECHNOLOGY



Responsable
Abelardo Martínez
expansion@elixian.es
Establecimientos totales 7

JEAN LOUIS DAVID



Responsable
Maribel Rubio
m.rubio@correo-provalliance.es
Establecimientos totales 105

DEPILINE



Responsable
Lluís Pons
lluisspons@depiline.com
Establecimientos totales 65

EXTENSIONMANIA



Responsable
Antonio Honrado
info@extensionmania.com
Establecimientos totales 18

LASHES & GO



Responsable
David Bugallo Sánchez
info@lashesandgo.com
Establecimientos totales 14

QUIÉN ES QUIÉN

LIPOTHERM CENTER



Responsable
Adolfo Rodríguez
info@lipothemcenter.com
Establecimientos totales 8

MISTER A



Responsable
Departamento de Expansión
info@mistera.es
Establecimientos totales Más de 60

OH MY CUT!



Responsable
Kiko Medina
expansion@ohmycut.com
Establecimientos totales 79

LLONGUERAS



Responsable
Frédéric Conquet
FConquet@provalliance.es
Establecimientos totales 18

NAILS FACTORY



Responsable
Rito Naranjo Pozo
expansion@nailsfactory.es
Establecimientos totales 150

SPEJO'S PELUQUEROS



Responsable
Sergio Espejo
franquicias@spejos.es
Establecimientos totales 72

LOW COST & QUALITY PELUQUERÍAS



Responsable
Santiago Benedito
info@lowcostandqualitypeluquerias.com
Establecimientos totales 15

NO+VELLO



Responsable
Jose Luis Ruiz Escariz
jlruiz@nomasvello.com
Establecimientos totales 200

SUNDARA



Responsable
Eduardo Lagunas
sundara@sundaradepilacionconhilo.com
Establecimientos totales 26

MARCO ALDANY



Responsable
Departamento de Expansión
franquiciate@marcoaldany.com
Establecimientos totales Más de 400

NO+KILOS



Responsable
Jose Vte. Banacloche
Franquicias@nomaskilos.es
Establecimientos totales 8

THE COLOURED CLAP



Responsable
José Carlos Suárez García
info@thecolouredclap.com
Establecimientos totales 16

DIRECTORIO

ALBERTO CERDÁN

Descripción En Alberto Cerdán creemos en el negocio de la peluquería y en ofrecer el mejor servicio a todos nuestros clientes. Queremos contar contigo para sumar éxitos juntos y llevar el negocio de la peluquería más allá.

Inversión Total Desde 4.800 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 1998

Creación de Franquicia 2003

AZUL DE RIZOS PELUQUEROS

Descripción La franquicia Azul de Rizos es un concepto de peluquería muy actual, con servicios rápidos y vanguardistas. Adaptados a todos los gustos, edades y necesidades, y asequible para todos los bolsillos.

Inversión Total Desde 90.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1975

Creación de Franquicia 1995

BEAUTY MAX

Descripción Sus más de 15 años de experiencia y la fuerte apuesta por la incorporación de tecnología punta en sus tratamientos, le han convertido en la red de franquicias Nº1.

Inversión Total Desde 5.995 €

País de origen España

Creación de Empresa 2009

Creación de Franquicia 2009

BELLUM

Descripción Formarás parte de un equipo de franquicias de éxito con más de 8 años de experiencia en el sector de la estética sanitaria.

Inversión Total 30.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2008

Creación de Franquicia 2008

CARLOS CONDE

Descripción Franquicia especializada y líder del sector en la peluquería masculina y barbería. Contamos con 47 centros abiertos actualmente y previsión de finalizar el año con cerca de 70.

Inversión Total 50.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1997

Creación de Franquicia 2010



CDM ESTILISTAS

Descripción Cdm Peluquerías tiene la capacidad de brindar una oferta de franquicia barata tentadora para esos inversores que buscan que negocio montar, donde invertir o negocios en auge con un monto de inversión mínimo.

Inversión Total 14.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1998

Creación de Franquicia 2015



CEBADO

Descripción La marca Cebado con 125 años de historia, en el sector de la peluquería y belleza y con 53 salones actualmente en España, es una de las marcas con mayor experiencia.

Inversión Total Desde 45.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1892

Creación de Franquicia 1973

CENTROS IDEAL

Descripción Gracias a su amplio recorrido saben cuáles son las claves para que el servicio de depilación Láser Diodo que ofrece la franquicia Centros Ideal sea el que mejores precios ofrece al cliente final.

Inversión Total Desde 30.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2014

Creación de Franquicia 2014

CENTROS ÚNICO

Descripción "En la Franquicia Centro Único se ofrece una gran variedad de servicios, siendo su buque insignia la depilación mediante láser con diodo".

Inversión Total No facilitado

País de origen España

Creación de Empresa 2009

Creación de Franquicia 2011

DEPILINE

Descripción Depiline es el primer centro de belleza integral donde los clientes encuentran todos los servicios de imagen personal.

Inversión Total 55.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1998

Creación de Franquicia 1999

D-PÍLATE

Descripción D-pílate es la cadena de centros especializados en depilación de todo tipo de pieles y edades y también en tratamientos avanzados tanto faciales como corporales.

Inversión Total Desde 25.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2009

D-UÑAS

Descripción D-uñas es la marca original de belleza de manos y pies. Contamos con más de 150 salones en 10 países. Los más de 10 años de experiencia y la fidelidad de nuestros clientes son la prueba de acierto de nuestro exclusivo modelo de negocio.

Inversión Total Desde 25.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2009

EASYCUT PELUQUERÍAS

Descripción Entrarás a formar parte de la primera cadena de peluquería europea low-cost. Pertenece a una de las enseñas del sector con mayor implantación a nivel nacional.

Inversión Total Desde 50.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2005

Creación de Franquicia 2008

ELIXIAN TECHNOLOGY

Descripción Especialistas en lifting y lipo sin cirugía y con efecto inmediato. Experiencia con más de 10 años trabajando con equipos de electromedicina.

Inversión Total Desde 14.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2015

Creación de Franquicia 2017

EXTENSION *mania*

EXTENSIONMANIA

Descripción Extensionmania es una de las principales empresas de extensiones en España.

El cliente es el centro de nuestro particular modelo de negocio, que integra diseño, fabricación, distribución y venta, a través de una amplia red de salones propios.

Nosotros te proporcionamos las herramientas y te formamos en todos los aspectos necesarios, desde lo estético a lo administrativo, para que puedas montar un salón con las características idóneas y gestionarlo con garantías.

No tardarás en descubrir el gran volumen de público que está interesado en los servicios de las franquicias de extensiones.

Inversión Total Desde 60.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2007

DIRECTORIO

FASHION KIDS

Descripción FashionKids es el resultado de años de esfuerzo e investigación de un concepto de negocio pensado para el público infantil, hasta ahora desatendido por la peluquería tradicional.

Inversión Total Desde 42.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2005

Creación de Franquicia 2006

FRANCK PROVOST

Descripción Franck Provost es una franquicia de salones de peluquería con estilo, una imagen impecable y la solidez de una marca con más de 36 años de historia a sus espaldas.

Inversión Total 50.000 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 1975

Creación de Franquicia 1975

HOMBRE ACTUAL

Descripción En Hombre Actual amamos nuestra profesión y buscamos la excelencia. Nos dirigimos a un público que busca la calidad y nos ceñimos al guión que nos dicta el cliente en un ambiente profesional, relajado y distendido.

Inversión Total 50.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2002

Creación de Franquicia 2013

JEAN LOUIS DAVID

Descripción La franquicia Jean Louis David es la marca líder en salones de peluquería con más de 930 salones repartidos en 22 países y un concepto más urbano y moderno.

Inversión Total 50.000 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 1961

Creación de Franquicia 1979

JOOPI KIDS

Descripción Entra a formar parte de la familia Joopi Kids con un nuevo concepto de negocio, un local multifuncional donde los niños se olvidan de los tratamientos de eliminación tradicionales y desagradables y se libran de los piojos mientras se divierten.

Inversión Total 8.500 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

LASHES & GO

Descripción El esmero por la calidad de los servicios, el diseño de los locales y las localizaciones son la seña de identidad de la marca que han hecho que sea una de las franquicias que más está creciendo en el sector de la belleza.

Inversión Total Desde 50.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2014

Creación de Franquicia 2015

LIPOTHERM CENTER

Descripción Lipotherm Center es tu franquicia de BioEstética, Depilación Láser y Nutricosmética con la que podrás montar tu propio negocio por sólo 11.900 €.

Inversión Total 11.900 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2015

LLONGUERAS

LLONGUERAS

Descripción La franquicia Llongueras. Un concepto de master franquicia basado en una marca sólida, con una personalidad creativa única y amplia experiencia. Con extraordinaria Notoriedad internacional de Marca.

Su mejor activo es la formación de todos nuestros estilistas en El Institut Llongueras donde se imparten programas de alto nivel.

Es una marca mundial con 80 años de experiencia en espectáculos artísticos por todo el mundo.

Cuenta con un equipo de Expertos colaboradores con gran experiencia en partnerships.

Inversión Total Desde 60.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1958

Creación de Franquicia 2007

DIRECTORIO

LOVELY LASHES

Descripción Lovely Lashes, primera franquicia especializada en extensiones de pestañas y el arte de las cejas. Fundada en el año 2012, año en que abrimos paso a este fantástico servicio y el primer salón especializado en España.

Inversión Total 15.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2012

Creación de Franquicia 2013

LOW COST & QUALITY PELUQUERÍAS

Descripción Franquicia de peluquería de muy baja inversión y gran rentabilidad, éxito demostrado.

Inversión Total 20.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2016

Creación de Franquicia 2017

MARCO ALDANY

Descripción Marco Aldany es la franquicia líder del sector de la peluquería y belleza en España y Latinoamérica, desde hace más de 20 años con un crecimiento sólido y una experiencia de más de 400 salones.

Inversión Total Desde 50.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1957

Creación de Franquicia 1997

MIMAS HAIR & BEAUTY

Descripción En Mimas somos una empresa con una amplia trayectoria en el mercado, un espíritu joven, un saber hacer muy probado y con un gran reconocimiento.

Inversión Total 39.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1975

Creación de Franquicia 2011

MÍRAME LASHES & BROWS

Descripción Consolidar nuestro liderazgo en el sector de extensiones de pestañas 1 a 1 y diseño de cejas. Porque nos dedicamos específicamente a las Extensiones de Pestañas 1 a 1 y al Diseño de Cejas, y nuestros tratamientos son únicos y exclusivos en el sector.

Inversión Total 22.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2011

Creación de Franquicia 2013

MISTER A

Descripción Mister A Sports Barbershop, un concepto de barberías y peluquería de caballeros que lidera un nuevo sector en continuo crecimiento. Abriendo actualmente más de 4 salones al mes.

Una plantilla reducida, horarios convenientes, clientes fidelizados y programas de marketing avanzados nos permitirán disfrutar de un negocio rentable, sin sobresaltos y de la mano del mayor grupo de peluquería estética y belleza de España.

Inversión Total Desde 30.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1957

Creación de Franquicia 2015

MYHAIR BARCELONA

Descripción Nace Myhair barcelona, boutiques de extensiones de cabello natural y su colocación, asesorando la mejor opción a cada persona con nuestros "personal hairstyling".

Un espacio único donde toda mujer puede tocar el cabello, probar los productos, verse con diferentes looks, hacerse fotos con sus amigas y disfrutar de su belleza.

Inversión Total 20.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1988

Creación de Franquicia 2011

NAILS FACTORY

Descripción Franquicia de estética especializada en el cuidado y belleza integral de manos y pies. El equilibrio entre el nivel de inversión y la rentabilidad de sus espacios ha convertido a Nails Factory en la 1ª franquicia de uñas en España.

Formación permanente y continuada al personal técnico de uñas Nails Factory sin coste adicional.

Inversión Total 22.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2005

Creación de Franquicia 2008

NAILS4US

Descripción Seguridad, porque el nuevo franquiciado de Nails 4'us tiene la certeza de comenzar con un concepto probado al integrarse en un grupo que cuenta con más de 65 Centros.

Inversión Total 35.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 1999

Creación de Franquicia 2000

NM
NATURALNAILS

NATURAL NAILS

Descripción En su servicio destaca la calidad y diferenciación frente a otras marcas del sector gracias a su testada metodología desarrollada y mejorada 2.005 con un amplio recorrido y éxito dentro del sector.

Inversión Total Desde 13.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2005

Creación de Franquicia 2018

NO+KILOS

Descripción Centros especializados en pérdida de peso, estética facial y corporal.

Inversión Total Desde 25.000 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 1989

Creación de Franquicia 2013

no+vello
fotodepilación con tanfa plana

NO+VELLO

Descripción Empresa especializada en depilación a través de la más avanzada aparatología: (IPL) las cuales nos permiten abarcar todo tipo de piel y vello.

Inversión Total 37.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2018

DIRECTORIO

OH MY CUT!

Descripción Oh my Cut! es una cadena de salones de peluquería y belleza con un modelo de negocio de éxito, escalable y líder del sector Value for Money.

Inversión Total 39.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2007

PABLETE'S PELUQUERÍA INFANTIL

Descripción El éxito de Pablete's se basa en la creación de un modelo de negocio de peluquería infantil claro y un cuidadoso control de los detalles en cada etapa del proceso de creación, apertura y desarrollo de nuevas franquicias de peluquerías.

Inversión Total 19.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2014

PELUQUERIAS LOW COST

Descripción Con nuestra fórmula de baja inversión y alta rentabilidad, en Peluquerías Low Cost brindamos la oportunidad a emprendedores y profesionales del sector de disfrutar de un negocio propio amparado por una marca atractiva y en plena expansión.

Inversión Total 24.750 €

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

RASEL PELUQUERÍAS

Descripción Rasel nace en el año 2000 con el objetivo de atender a un público que demandaba un servicio de peluquería profesional y personalizado sin renunciar a un buen precio.

Inversión Total 22.500 €

País de origen España

Creación de Empresa 2000

Creación de Franquicia 2010

RIZO'S

Descripción La franquicia Rizo's es un referente en la peluquería y estética de alta gama, y está a la vanguardia de las últimas técnicas y tratamientos.

Inversión Total 90.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1975

Creación de Franquicia 1980

SIN HUELLA

Descripción Creemos que los riesgos de la cirugía son innecesarios y apostamos por tratamientos tan efectivos y más económicos que los métodos tradicionales. En Sin Huella te lo ponemos fácil con los equipos más profesionales.

Inversión Total 17.000 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 2016

Creación de Franquicia 2016

SIN MÁS PIOJITOS

Descripción Franquicia pionera en centros de eliminación de la pediculosis en España, México y Marruecos. Contáctanos y te asesoramos sobre los sistemas más efectivos y rentables del mercado.

Inversión Total 5.950 €

País de origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2012



SPEJO'S PELUQUEROS

Descripción Empresa Internacional que lidera el sector de la peluquería.

La compañía comenzó a franquiciar su concepto de negocio hace 10 años. En este tiempo ha sabido adaptarse a las tendencias del mercado. Una adaptación que siempre se ha enfocado hacia dos vertientes principales: el franquiciado y el cliente final.

Gracias a la dedicación y esfuerzo de este gran profesional de la peluquería Spejo's es hoy en día la primera cadena de peluquería de nuestro país con más de 200 establecimientos operativos.

Inversión Total Desde 60.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1974

Creación de Franquicia 1995

SUNDARA

Descripción Sundara es una franquicia especializada en depilación con hilo y experta en diseñar miradas desde el 2008.

Inversión Total Desde 25.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2008

Creación de Franquicia 2016

THE COLOURED CLAP

Descripción Salones especializados en Manicura y Pedicura, Tratamiento de la Mirada, pestañas y cejas, y venta de productos profesionales especializados.

Inversión Total Desde 9.900 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

UÑAS 10

Descripción UÑAS 10 inició su actividad hace más de 5 años, demostrando durante este tiempo su experiencia, liderazgo e innovación en el servicio de tratamiento y decoración de uñas, basado en una relación calidad-precio inmejorable.

Inversión Total 21.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2012

VELLÍSIMO CENTER

Descripción En Vellísimo Center® somos especialistas en tratamientos de Estética Avanzada como Foto-depilación, Rejuvenecimiento, Difuminación de manchas, tratamiento anti-acné...

Inversión Total 45.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1999

Creación de Franquicia 2009

No te pierdas el
próximo número de
ESPACIO FRANQUICIA



Es una publicación de
Franquiciashoy.es 2018

C/ del Poeta Joan Maragall , 38
28020, MADRID
Tel.: 911 592 106
www.franquiciashoy.es
info@franquiciashoy.es

Edita: Marketing y Publicidad de Franquicias, S.L.

Redacción y Colaboradores:

Alberto Guerra

Andrés Álvarez

Diseño y Maquetación:

Mario Cabrero

Publicidad:

Leticia Jurado

con la colaboración de **Tormo Franquicias**

ESPACIO
franquicia

© **Franquiciashoy.es 2018**

ESPACIO FRANQUICIA es una publicación de Franquiciashoy.es

Todos los contenidos referidos a las empresas incluidas en la presente publicación han sido aportados por las marcas, sin que la empresa editora sea responsable de los mismos.