

Las nuevas tendencias en franquicias de estética, por Franquicias Hoy

El sector estético vive un momento álgido, principalmente, porque los hábitos de consumo y cuidado personal han incrementado hasta convertirse en un factor esencial para la población

El portal de referencia de las franquicias, Franquicias Hoy, ha analizado el sector estético en este último año y ha podido comprobar que, tras la pandemia, se ha convertido en un nicho de mercado con fuerte proyección y un alto volumen de negocio.

Al ser un sector altamente competitivo, las franquicias de estética han querido diferenciarse de otras marcas operativas en el mercado nacional, reforzando algunas áreas de su estructura empresarial. Muchas cadenas de estética han empezado a incorporar a su catálogo de tratamientos otros servicios que hasta el momento se realizaban en diferentes establecimientos, pero que, dada la fuerte competencia, han combinado en un mismo negocio, convirtiéndose en centros multiservicios y formándose expresamente en todos estos nuevos tratamientos para cubrir completamente las necesidades de sus clientes. Algunas de estas franquicias de estética ya eran formatos polivalentes, con diferentes líneas de negocio en un mismo establecimiento, como es el caso de Integral Care.

Otro factor importante que está a la orden del día en el mundo empresarial es la sostenibilidad. Y es que más que una tendencia, cuidar del entorno y del medio ambiente actualmente es una necesidad. Es por eso que la mayoría de franquicias de estética utilizan envases reciclables, productos no testados en animales y aparatología de última generación más eficiente y que consume menos. Tal y como lo hace la franquicia Fashion Kids desarrollando un producto propio respetuoso tanto con el medio ambiente como con el público infantil.

También será una fuerte tendencia en el sector estético la mejora y especialización de los tratamientos y servicios ofrecidos, gracias a los avances en tecnología y a la formación continua de los profesionales de este ámbito, como sucede con empresas fabricantes de aparatología como Sapphira Privé. En el caso de la franquicia Jean Louis David, cadena de peluquerías, siempre está a la última en peinados y cortes de pelo que son tendencia en cada temporada. Y cabe destacar también en este ámbito a la franquicia Dermo+Estética, marca que cuenta con una empresa propia, Dermotrain, que a su vez es central logística y distribuidora de la maquinaria que utiliza la franquicia a otras marcas.

Por último, es y seguirá siendo de cara al 2023 una fuerte apuesta en este sector, la inversión en campañas de marketing y comunicación, aspecto fundamental para destacar entre la competencia y fidelizar a los clientes, ya que, si una marca no está en redes sociales o no tiene una fuerte imagen en internet, no será reconocida ni valorada por los usuarios. Un claro ejemplo es el de la franquicia Oh My Cut!, enseña de peluquerías que apuesta por una cuidada imagen en redes sociales.

Otras marcas que despuntan dentro de las franquicias de estética y que han incorporado las últimas

tendencias del sector a sus modelos de negocio son: Lipothem, Línea Bella, No + Vello, Sinvello! o Academia Colors.

Datos de contacto:

Ana Pertusa

911 592 106

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Sociedad Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>