

Rubén Aular, fundador de Fashion Kids, líder en peluquerías infantiles, da las claves de su exitoso modelo

Tras 15 años de esfuerzo, pasión e investigación, la cadena pionera de salones de peluquería infantiles con amplia presencia en distintas poblaciones de España ha ideado un modelo empresarial defensivo antes escenarios de declive económico

La oferta comercial de los salones de FashionKids va mucho más allá de una peluquería tradicional:

Espacios atractivos, dinámicos y seguros: “Afirmamos con responsabilidad y orgullo que sabemos de niños” destacaba Rubén Aular, propietario de la marca, quien además añadía el fuerte componente de control de las operaciones y atención: “No dejamos lugar a la improvisación pues así, se deja de ganar dinero”.

Venta de productos propios FashionKids Professional y club de fidelización de clientes con campañas de marketing digitalizadas y efectivas.

Rubén Aular, fundador de la cadena líder, explica en una entrevista realizada a la consultora responsable de su expansión, Tormo Franquicias Consulting, las claves esenciales que le han posicionado como una marca valorada, rentable y única para clientes y emprendedores.

Visión del franquiciado como “socio de negocio”

En palabras del equipo directivo de Fashion Kids, es imprescindible crear un fuerte vínculo con el franquiciado, donde la central franquiciadora traslade su visión estratégica y el conocimiento colectivo con el fin de que éste tenga rentabilidad y éxito en su peluquería.

Esta relación cercana pero profesional trae consigo varias ventajas entre las que Rubén Aular destaca la trayectoria de 15 años, respaldo de una central de franquicias, “creemos en nuestro modelo de negocio, tanto es así que casi el 50% de salones son propios”, diversidad y adaptabilidad “contamos con una cadena formada por profesionales de diferentes áreas: peluqueros, financieros, especialistas de marketing y gestores de negocios,” concluía el fundador.

Modelo de franquicia Fashion Kids económico y versátil

Cuando Rubén Aular habla de las condiciones de implantación, destaca que “nuestro concepto puede implantarse tanto a pie de calle como en centros comerciales. A lo largo de estos años de funcionamiento, el modelo FashionKids ha demostrado que puede adaptarse perfectamente a ambas ubicaciones. Procuramos ir a núcleos de población mayores a 50.000 habitantes.”

Respecto a la inversión inicial que se requiere para abrir un centro tipo Rubén Aular especifica que la inversión “puede rondar entre los 40.000 y los 80.000 €, dependiendo del tamaño del salón, el estado del local, etc. En cualquier caso, la central acompaña siempre al candidato en la selección y negociación de las condiciones del local.”

Franquiciados con vocación y dotes comerciales y de gestión

Actualmente, el equipo de Fashion Kids está buscando perfiles no necesariamente con experiencia en el sector, ya que el 100% de sus franquiciados provienen de sectores económicos, en concreto, Rubén Aular puntualiza que quieren integrar a la red “emprendedores enamorados del concepto, con clara vocación comercial y de servicio al cliente, organizados y con conocimientos en la gestión de negocios.”

Marca reconocida, valorada y rentable

Incorporarse a la red de peluquerías FashionKids, tal y como detalla Rubén Aular es sinónimo de éxito. El personal encargado de atender el negocio día a día cuenta con una formación exhaustiva impartida por la central, que se implica en la selección de profesionales. “Buscamos una atención profesional que aporte tranquilidad a los padres, y diversión para los niños. Perseguimos la excelencia en el punto de venta pues esto siempre trae consigo rentabilidades atractivas para nuestro negocio”.

Datos de contacto:

Beatriz Rosa

Coordinadora dpto. Expansión de Tormo Franquicias Consulting

911 592 558

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>