

## FITNESS

# Claror empieza la recuperación y prevé unos ingresos de 16 millones de euros en 2021

La cadena de gimnasios prevé cerrar el año con un 30% menos de facturación que antes de la pandemia, pero recuperando la mitad de los socios perdidos por el Covid-19.

Miquel López-Egea  
2 jul 2021 - 05:00



Claror encara una nueva etapa tras el golpe del Covid-19. La cadena de gimnasios ha empezado la recuperación de socios y prevé terminar el año recuperando la mitad de los abonados de socios perdidos por la pandemia. En cambio, la facturación se situará en 15,9 millones de euros, un 30% menos que en 2019. En 2020 la caída sólo fue del 31% gracias a las ayudas del Ayuntamiento de Barcelona, ya que sin ellas hubiera sido del 39%. “Hay quien cree que el peor año fue el 2020 pero no será así porque tuvimos tres meses buenos”, explica Gabriel Domingo, director general de la cadena, a Palco23.

Claror cerró 2020 con pérdidas. “Las tuvimos y las tendremos en 2021; también tenemos un escenario de estrés trabajado a cinco años: la crisis nos hará más

delgados, pero nos cogió con una situación de ser financieramente robustos, nos hemos endeudado, pero la situación financiera es notable siempre y cuando recuperemos la estabilidad”, explica el directivo.

Claror cuenta con 33.000 socios, un 28% menos que en diciembre de 2019. La cadena ha recuperado el 26,4% de los usuarios que perdió por la pandemia y su escenario pasa por terminar el año recuperando entre un 40% y un 50%. Es decir, haber recuperado la mitad de los abonados perdidos por el golpe de la pandemia y el resto, hacerlo durante 2022. En su peor momento, la empresa perdió el 37% de los abonados. “El objetivo para este año es recuperar la mitad de lo que perdimos”, resume el directivo.

## Claror perdió hasta el 37% de sus abonados por la pandemia

La cadena dejó de perder usuarios en febrero y en marzo ya empezó la recuperación, encadenando cuatro meses de crecimiento, aunque junio “no tiene tanta energía, con más rotación por la estacionalidad; pero seguiremos creciendo”. Actualmente, “mientras haya la obligación de mascarilla será difícil volver al *indoor*”, considera el directivo.

En total, la cadena cuenta con nueve centros, cinco en modo concesión y cuatro en prestación de servicio. En este contexto, “no tenemos ninguna obligación de volumen, pero ante la incertidumbre de si recuperaremos el 100%, tenemos la opción de valorar alguna opción de crecimiento; el buen gestor es el que prevé y hay prever situaciones de desequilibrio entre lo que fuimos y lo somos: no nos limitamos a una concesión y algunas oportunidades tenemos sobre la mesa”, revela Domingo.

La cadena tuvo que recurrir a los créditos avalados por el Instituto de Crédito Oficial (ICO) y aplicó expediente de regulación temporal de empleo (Erte). En total, cuenta con más de 500 empleados, cifra inferior a 2019.

Propiedad de la Fundació Claror, la cadena fue fundada en 1989 y en 2012 unificó sus cinco centros bajo la marca Claror con el objetivo de ser los centros premium dentro de los gimnasios municipales, mejorando su valor. Antes de la pandemia era el primer operador en usuarios de la ciudad de Barcelona. “La pandemia nos enganchó recogiendo los frutos de esta operación; la pandemia ha provocado una segunda revolución”, comenta el directivo.

## Claror apuesta por Claror Live, Claror Outdoor y los espacios ‘boutique’

Por lo tanto, Domingo asegura que “hasta ahora habíamos puesto la atención entre el momento que el usuario sale por la puerta hasta que sale”, pero con la pandemia, con el confinamiento “los usuarios querían ser socios estando en casa, por lo que *montamos Claror a casa*”. “El concepto de cliente omnipresente nos inspira mucho, y además de la experiencia hay otras cosas como la omnicanalidad”, señala.

Tras la pandemia, Claror convirtió *Claror a casa* en Claror Live y ya ha abierto una segunda sala como plató de grabación. “Queremos generar un complemento de valor a nuestros clientes presenciales”, sentencia.

La estrategia también pasa por mejorar la interacción con el socio e interacción entre los socios, potenciando las actividades dirigidas. “Tenemos que recuperar la sociabilización y apostamos para que sea más personalizadas, haciendo que la experiencia dentro de los clubes sea más personal y fuerte, cada hora hay una actividad de dinamización en nuestras salas”, comenta. El club también apuesta por los entrenos personales, un servicio que cada vez cuenta con más clientes tras la pandemia. En este contexto, Claror también ha invertido en espacios *boutique* y está creando su propia red de espacios en disciplinas diferentes para tener una propuesta variada.

## La cadena estudia ampliar su número de centros

El tercer pilar estratégico de la compañía para completar la experiencia es la práctica de deporte *outdoor*. En noviembre del año pasado la cadena lanzó Claror Outdoor, un programa para entrenar en espacios de la ciudad cercanos al centro. “Tendremos que evolucionar el servicio, haciendo una actividad diferente de la que haríamos en el

centro”, comenta. “Ahora habrá que ver cómo evolucionará la práctica deportiva en los espacios exteriores”, señala.

En marzo del año pasado, el centro deportivo municipal Can Caralleu, empezó unos trabajos que se realizarán por fases, durarán 18 meses y supondrán una inversión de más de tres millones de euros. Pese a la pandemia, la cadena optó por seguir con las obras y, entre otras, ha ampliado la sala de fitness, tres nuevas salas de actividades, un vestuario nuevo, ha hecho varias reformas, ha trasladado espacios exteriores, ha hecho un túnel para unir los dos edificios y lo ha dotado de tecnología avanzada. Durante la pandemia, Claror también realizó inversiones en renovar los equipamientos de fitness. “Hemos concentrado inversiones en aquello estratégico, aunque han sido menos de lo habitual”, sentencia.