

FITNESS

Claror introduce los 'boutique' en sus clubes y ficha nuevo talento para su estrategia deportiva

La gestora de gimnasios municipales en Barcelona ha contratado a Olga López, ex de DiR y Holmes Place, para pilotar su nueva estrategia de innovación y calidad deportiva, con la que quiere incrementar sus ingresos por servicios adicionales.

P. López
7 ene 2019 - 04:58

Claror empieza a dar forma a la integración de espacios *boutique* en sus gimnasios municipales. La gestora catalana de instalaciones, que explota cuatro centros en Barcelona, ha diseñado una estrategia deportiva para modernizar su oferta, adaptarse a los nuevos tiempos y tratar de diferenciarse de la creciente competencia en la ciudad. Para ello, la dirección ha reforzado el departamento de calidad deportiva e innovación con Olga López, que asume el liderazgo de esta área tras más de once años trabajando en DiR.

López asumió a principios de diciembre la dirección de una división que en los últimos años ha estado liderada por Miguel Ángel Martínez, que abandonó la compañía tras casi seis años. La cadena abrió un proceso de selección para encontrar una persona que pilotara la nueva estrategia. En ese contexto, Claror se decantó por López con el objetivo de incorporar talento externo y con experiencia en otras compañías. De hecho, esta profesional también trabajó en Holmes Place entre 2005 y 2007.

“Olga llega en un momento de cambio y su objetivo es mejorar el servicio deportivo”, explica Nico Sánchez, director de producto y *mano derecha* del director general, Gabriel Domingo. La nueva estrategia cuenta con cuatro pilares, dos ya existentes y dos nuevos. Por un lado, López deberá acabar de implementar la plataforma de entrenamiento digital, que se apoya en las herramientas de gestión y entrenamiento MyVitale y MyWellness, así como potenciar la parrilla con nuevas actividades dirigidas.

Claror ha incorporado a una directiva con

experiencia en DiR y Holmes Place para liderar su estrategia de calidad deportiva

Por otro lado, 2019 se presenta como “el año del entrenamiento personal, un sello de Claror que queremos explotar, y por la integración de los *boutique* en nuestros clubes”, explica Sánchez. La compañía no ha desvelado cuánto invertirá en cada espacio, pero se prevé que durante 2019 destine más de un millón de euros a realizar inversiones en los centros.

Para desarrollar y analizar los resultados de esta estrategia, se ha creado un comité de expertos interno creado por cuatro empleados especialistas en actividades acuáticas, *fitness* y entrenamiento personal, entrenamiento acuático y actividades funcionales y de alta intensidad, que reportarán directamente a Olga López.

Se espera que, entre otros, esos espacios permitan realizar entrenamientos de *Hiit* y de cuerpo-mente, una categoría en la que se enmarcan disciplinas como el yoga o el pilates. La idea es que en cada club se implementen las actividades que encajen mejor con la masa social, pero en ningún caso serán *boutiques* monotemáticos, sino zonas multifuncionales. La compañía tiene claro que no apostará por el pago por uso, sino por una cuota especial.

Claror introduce los 'boutique' en sus clubes y ficha nuevo talento para su estrategia de

Image not found or type unknown

Olga López, como directora de calidad deportiva e innovación, reportará a Nico Sánchez, director de producto.

Estas disciplinas coexistirán con la parrilla de actividades, que combinarán las clases facilitadas por proveedores como Les Mills y productos propios de nueva creación. Como parte de este eje estratégico, se formará interna y externamente al personal. “La formación teórica no se adapta a lo que se pide, por eso tenemos que formar a nuestros equipos”, describe Sánchez, sobre una valoración compartida por numerosos directivos del sector.

La figura del entrenador dará un paso al frente en Claror este año. “El público lo pide y, aunque lo veníamos ofreciendo, no estábamos enfocados a ese servicio. Antes

creíamos que era un servicio caro para un centro municipal, pero lo demanda el público”, explica el directivo.

Uno de los cambios que provocará este enfoque es que “queremos que los técnicos entiendan que se tienen que vender. No pretendemos fomentar la competencia interna, pero sí darles la posibilidad de que estén más remunerados porque ese servicio será una fuente de ingresos para ellos”, admite. Esta apuesta provocará que la compañía deba incrementar su plantilla.

El Grupo Claror, del que también forman parte la Fundació Claror y Llinarsport SL, ha cerrado 2018 con una facturación de 22,2 millones de euros, un 0,4% más que el año anterior. El grupo gestiona de manera directa cinco instalaciones en Barcelona y opera cuatro complejos más en régimen de prestación de servicios. En total, da trabajo a 636 personas y cuenta con 34.770 abonados, que se elevan a 44.572 clientes si se contabilizan los clubes en prestación de servicio.