

PRINCIPALES MAGNITUDES

VENTAS(€)
276.000.000EMPLEO
2.400ESTABLECIMIENTOS
954

CLAREL BEAUTY, S.A.

Compañía propiedad del grupo colombiano TRINITY desde abril de 2024, tras la adquisición a GRUPO DIA.

PERFIL



Cobertura	Nacional.
Formato Comercial	Autoservicios de proximidad especializados en productos de cuidado personal.
Modelo de Gestión	Mayoritariamente en propiedad, con franquicias.
Posicionamiento Precio	Precio medio-bajo.
Estrategia MDD	La facturación de las marcas propias representa un 15% de las ventas.
Programa de Fidelización	Pendiente de lanzamiento tras la salida del grupo Dia.
E-Commerce	Vende a través de la web clareLes
Líneas de Actuación	Consolidación del negocio y relanzamiento de la mano del nuevo accionista.

ÚLTIMAS APERTURAS

Enseña	Domicilio	Provincia	Municipio	Sup. (m2)	Inversión	Fecha
clarel	Avda. de la Llibertat, 10	Barcelona	Mollet del Vallès	159	-	may - 25
clarel	Leganés, 27	Madrid	Fuenlabrada	250	-	abr - 25
clarel senses	Carrer de Rogent, 73	Barcelona	Barcelona	160	-	abr - 25
clarel	San Rafael, 9	Cádiz	San Fernando	250	-	mar - 25
clarel senses	Carrer de Muntaner, 467	Barcelona	Barcelona	300	-	feb - 25
clarel	Artekalea, 2	Bizkaia	Gernika-Lumo	325	-	feb - 25
clarel	Mairena, 22	Sevilla	Alcalá de Guadaíra	250	-	feb - 25

DATOS CONTACTO

CIF	A43227628
Domicilio	Jacinto Benavente, 2-A - Edificio Tripark
C.P	28232
Municipio	Las Rozas de Madrid
Población	-
Provincia	Madrid
Teléfono	913985400
E-mail	-
Web	-

ACTIVIDAD

Descripción	Distribución de cuidado personal.
Sector Segmento	Gran Consumo Alimentario Establecimientos
CNAE	CLAREL BEAUTY, S.A.

DESCRIPCIÓN | ORGANIZACIÓN INTERNA

Compañía que gestiona la red de autoservicios Clarel de GRUPO DIA y que proviene de la antigua SCHLECKER, S.A. En diciembre de 2023 se pacta la venta de la empresa al grupo colombiano TRINITY, que toma el control en abril de 2024. Con la entrada de TRINITY también se produce la de ABORDADOR CAPITAL, empresa de inversión luxemburguesa que aportará 11,5 M€ destinados al fortalecimiento y expansión en el mercado español.

La cadena está especializada en productos de Cuidado Personal y del Hogar, Mascotas y universo bebé. En los últimos meses se ha lanzado una línea denominada "clarel senses" fundamentada en tiendas donde se introducen servicios de belleza.

Plan estratégico 2025-28

CLAREL está inmersa en un nuevo plan estratégico que pasará por incrementar un 50% las ventas brutas, triplicar el ebitda, reformar el 70% de sus tiendas y abrir 150 nuevas tiendas, con especial foco en Madrid, Andalucía, Extremadura y Asturias. La inversión prevista por la empresa para los próximos años asciende a 66 M€, de los que 60 M€ se destinarán a expansión y reforma de tiendas y el resto a desarrollo tecnológico y transformación digital.

CARGOS DIRECTIVOS

Cargo	Ámbito	Nombre
Presidente	Órganos de Gobierno	Omar Hernando González Pardo
Consejero	Órganos de Gobierno	Iván Trujillo Pantoja
Consejero	Órganos de Gobierno	Gregoire Augustin Bontoux Halley
Consejero	Órganos de Gobierno	Nuria Vilanova Giralt
Consejero	Órganos de Gobierno	Julián Montejo Perry
CEO (Chief Executive Officer)	Gerencia	José María Jiménez Millares
Director de Marketing	Marketing	Diana Guzmán


ACCIONARIADO

Participación	Accionista	Tipo Accionista
0.0 %	ABORDADOR CAPITAL	Financiero
0.0 %	GRUPO TRINITY	Financiero

EMPRESAS RELACIONADAS

Grupo Financiero	Grupo Cadena	Grupo Internacional
AUCHAN RETAIL PORTUGAL II, S.A. (MINIPREÇO)	-	-
COMPAÑÍA GALLEGA DE SUPERMERCADOS, S.A.	-	-
DIA ESHOPPING, S.L.	-	-
DIA RETAIL ESPAÑA, S.A.	-	-
FINANDIA E.F.C., S.A.	-	-
GRUPO EL ÁRBOL DISTRIBUCIÓN Y SUPERMERCADOS, S.A.	-	-
PE-TRA SERVICIOS A LA DISTRIBUCIÓN, S.L.	-	-
RED LIBRA TRADING SERVICES, S.L.	-	-
TWINS ALIMENTACIÓN, S.A.	-	-

ENSEÑAS COMERCIALES

Enseña	Logo	Sup. Media (m2)	Rango Superficie (m2)	Nº Referencias	Cesta Frescos OCU	Cesta Total OCU	Franquicias
clarel		172	86 - 413	6.000	-	-	✓

MARCAS

Denominación	Tipo	Alimentación Bebidas				Cuidado				Non Food					
		Seca	Perecedera	Ultrafresca	Bebidas	Hogar	Personal	Cosmética	Bebé	Mascotas	Brico	Deporte	Hogar	Electro	Textil
Ad bene	MDD Familia	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-
AS	MDD Universo	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-
Basic Cosmetics	MDD Familia	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-
Bonté	MDD Universo	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-
Hogarel	MDD Familia	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nesk	MDD Familia	-	-	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-

DATOS ECONÓMICOS

Concepto	2023	2024	Evolución %
Ventas Netas (€)	268.639.000	276.000.000	2,74%
Inversión (€)	2.283.000	-	-
Plantilla (pers.)	2.463	2.400	-2,56%

DATOS DE REGISTRO

Concepto	2022	2023	Evolución %
Activo Corriente	56.958.000	57.516.000	0,98%
Activo No Corriente	26.018.000	22.587.000	-13,19%
Total Activo	82.976.000	80.103.000	-3,46%
Patrimonio Neto	16.306.000	21.744.000	33,35%
Fondos Propios	16.306.000	21.744.000	33,35%
Capital Social	9.616.000	9.616.000	0,00%
Pasivo No Corriente	2.708.000	2.712.000	0,15%
Deudas a Largo plazo	1.488.000	1.638.000	10,08%
Pasivo Corriente	63.962.000	55.647.000	-13,00%
Deudas a Corto Plazo	4.090.000	2.493.000	-39,05%
Total Patrimonio Neto y Pasivo	82.976.000	80.103.000	-3,46%
Importe Cifra de Negocio	259.689.000	268.639.000	3,45%
Consumo de Mercaderías	-165.036.000	-160.618.000	-2,68%
Costes Laborales	-63.088.000	-64.437.000	2,14%
Amortización Inmovilizado	-5.836.000	-4.796.000	-17,82%
Resultado de Explotación	-1.271.000	7.151.000	-662,63%
Resultado Financiero	-437.000	-633.000	44,85%
Resultado Neto	-1.708.000	5.438.000	-418,38%
Fecha Cierre Ejercicio	31/12/2022	31/12/2023	-

APERTURAS | EVOLUCIÓN

	Establecimientos Gran Consumo			
	Total Gestión		Explotación	
	Est. (uds.)	Sup. (m2)	Est. (uds.)	Sup. (m2)
2025	7	1.694	7	1.694

RED COMERCIAL EVOLUCIÓN

	Establecimientos Gran Consumo	
	Est. (uds.)	Sup. (m2)
2023	994	170.412
2024	956	163.943
2025	954	164.300

RED COMERCIAL | CATEGORÍAS (2025)

	Est. (uds.)	Sup. (m2)	% Sobre Total
Establecimientos Gran Consumo	954	164.300	100,00%
Autoservicios	953	163.887	99,75%
T. Autoservicio 100-399 m2	950	163.609	99,58%
T. Autoservicio < 100 m2	3	278	0,17%
Supermercados	1	413	0,25%
Supermercado 400-999 m2	1	413	0,25%

MODELOS DE GESTIÓN

	Establecimientos Gran Consumo					
	Total Gestión		Explotación		Franquicia	
	Est. (uds.)	Sup. (m2)	Est. (uds.)	Sup. (m2)	Est. (uds.)	Sup. (m2)
2023	994	170.412	777	134.739	217	35.673
2024	956	163.943	739	128.184	217	35.759
2025	954	164.300	737	128.541	217	35.759

CUOTAS COMUNIDADES

	Establecimientos Gran Consumo			
	Est. (uds.)	Sup. (m2)	Rank	% Sobre Total
España	954	164.300	0	100,00%
Andalucía	49	9.217	4	5,61%
Aragón	105	19.144	2	11,65%
Asturias	4	623	15	0,38%
Cantabria	9	1.684	13	1,02%
Castilla y León	37	6.128	6	3,73%
Castilla-La Mancha	26	4.555	8	2,77%
Cataluña	508	86.145	1	52,43%
Com. Madrid	18	3.128	11	1,90%
Com. Valenciana	33	5.385	7	3,28%
Extremadura	10	1.806	12	1,10%
Galicia	2	303	16	0,18%
Illes Balears	24	4.485	9	2,73%
La Rioja	20	3.745	10	2,28%
Navarra	41	6.668	5	4,06%
País Vasco	62	9.911	3	6,03%
Reg. Murcia	6	1.373	14	0,84%