

FITNESS

Dreamfit asegura 2021 y 2022 con nueve millones de deuda con aval del ICO

La cadena de gimnasios cierra el año en números rojos tras una caída del 32,3% en la facturación y del 45% en número de socios.

Miquel López-Egea
12 ene 2021 - 05:00



Dreamfit coge aire para 2021 y 2022. La cadena de gimnasio, con sede en Madrid y fundada en 2010, ha obtenido nueve millones de euros en créditos respaldados por el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para aguantar 2021 y 2022. Antes de la pandemia, la compañía tenía ocho millones de euros en deuda. Dreamfit ha cerrado 2020 en números rojos.

“Antes de la pandemia teníamos una deuda mínima acumulada de ocho millones, no la hemos tenido que refinanciar porque la situación es muy buena y podemos pagarla perfectamente; somos unos privilegiados porque el resultado bruto de explotación (ebitda) era muy superior, es como no tener deuda”, señala Rafael Cecilio, presidente y accionista mayoritario de la cadena, a Palco23. “Gracias a esto los bancos han querido darnos dinero, estos créditos ICO sirven para sostenernos financieramente porque previmos que la crisis iba a durar dos años”, sostiene.

Dreamfit ha cerrado 2020 con una facturación de 15,9 millones, lo que ha supuesto una caída del 32,3% en comparación con el negocio generado en 2019, cuando facturó 23,5 millones de euros, el máximo histórico de la cadena. Antes de la pandemia, la previsión era ingresar 25,9 millones de euros.

Dreamfit cuenta con diecinueve gimnasios y prevé tres aperturas en 2021

La empresa cuenta con 19 gimnasios después de haber inaugurado un centro en Moratalaz (Madrid) y un centro en Gijón (Asturias) en 2020, un año en el que preveía alcanzar las 25 aperturas. Los nuevos planes para año son realizar tres nuevas aperturas mientras que en 2022 espera inaugurar dos nuevos centros.

De cara a 2021, antes de conocer las medidas restrictivas establecidas por el aumento de casos de Covid-19 en varias comunidades autónomas, la cadena tenía una previsión de facturación de 19,8 millones de euros, aunque, según reconoce Cecilio, “es muy difícil cumplir con esta previsión porque no prevemos que enero y febrero serían tan malos”. “En Madrid, donde el negocio funciona mejor, hemos tenido que cerrar dos días por las nevadas y durante una semana no habrá normalidad, mientras que en otras comunidades autónomas no sabemos si nos cerrarán”, asegura.

Cecilio espera que la pandemia empiece a mejorar a partir de Semana Santa y opina que “a partir de verano, se va a acabar” porque “hay capacidad para vacunar, yo soy optimista y esta es la mejor noticia”. “Iremos poco a poco, pero todo irá mejorando, el verano marcará la diferencia”, augura. Asimismo, prevé que en 2022 haya “normalidad absoluta” aunque “no se volverán a los números de 2019, la progresión no será a lo bestia”.

La compañía considera que la “normalidad absoluta” comenzará en 2022

En cuanto a socios, la cadena de gimnasios ha tenido una caída del 45% en comparación con el mismo mes del año pasado. La empresa cuenta con 55.000 socios y tendría que haber alcanzado los 100.000 abonados. La media actual de socios se sitúa cerca de los 2.700, mientras que a finales de 2019 se situaba en 5.300 abonados.

“Y aún podemos perder más socios de aquí al verano, por lo que nos conformamos con que las altas y las bajas se equilibren; terminaremos 2021 con un 20% o un 25% menos de lo que teníamos antes de la pandemia, mientras que en 2022 será un 15% o un 20% menos”, comenta.

La cadena espera cerrar 2021 con un 20% o un 25% de socios menos que antes de la pandemia

La empresa no tiene ningún trabajador en expediente de regulación temporal de empleo (Erte) ya que los levantó después de terminar el primer confinamiento y sólo recurrió a ellos en los cierres autonómicos.

Para afrontar el 2021, Cecilio considera que la receta es “cuidar a los socios y a los trabajadores, trabajar el futuro”. “No nos queda más remedio porque el sector se recuperará y la gente volverá a socializarse”, comenta. “Al 55% de los socios que se han quedado con nosotros tenemos que darles un servicio muy bueno, igual que al talento de nuestros trabajadores; no tenemos que perder a los mejores”, subraya. “Los que trabajen por la reputación de su empresa y del sector no sólo sobrevivirán, sino que lo harán bien”, sentencia.