



INDICE

1. NOTAS INICIALES.....	4
2. A A.G.A.P.....	5
3. O BARÓMETRO.....	6
4. AMOSTRA.....	8
5. RESULTADOS GLOBALES.....	10
Resultados segmentados.....	13
Clubs independientes vs Clubs con más de una unidad.....	13
Micro o PYMES.....	14
Clubes femeninos vs mixtos.....	14
Distritos: Lisboa, Oporto y Faro.....	15
Manchas urbanas: mayor Lisboa, mayor Oporto y sur.....	15
6. CONCLUSIONES.....	16
Sin clientes facturación bruta. y.....	16
No hay trabajadores y no hay proveedores de servicio.....	17
Otras recetas.....	18
Investimento.....	18
Breve análisis de los resultados segmentados.....	19
¿Como la perspectiva del resto del 2012, después del pago de la primera serie de IVA trimestral? 20	
7. NOTAS FINALES	22



NOTAS INICIALES

A menudo, un convenio importante es solicitado por más cuadrantes de variantes de la sociedad

Portugués-periodistas, empresarios, estudiantes, socios de negocios, etc. – para la provisión de datos concretos sobre el mercado de Fitness y salud. Lo que es más importante en la discusión con gran conocimiento del mercado.

Agentes políticos, siendo un requisito básico de información objetiva y propiedad cuantificado.

La Convención significativa es una entidad que puede recoger elementos significativos, teniendo en cuenta estas necesidades a través de su representatividad y el cierre contacto asociada a todos los distritos de Portugal y de las comunidades autónomas.

En este caso, el barómetro para medir los resultados de asociados gimnasios durante el 1^{er} trimestre de 2012, en algunas materias consideradas nuclear y por lo tanto económicamente relevantes para una evaluación del sector. Es la intención de mantener un importante convenio.

Regularmente esta herramienta de análisis de la evolución del mercado, de forma regular y periódicamente.

Como se anunció en la recopilación de información, la información proporcionada por cada gimnasio es confidencial y tratada siempre juntos y nunca, bajo ninguna forma o compartida, tanto interna como externamente. Este trabajo se llevó a cabo exclusivamente por el Presidente y Vicepresidente de una importante Convención, con personal de apoyo administrativo de la asociación y ningún otro elemento tenía acceso a los resultados individuales.

La Convención importante desea agradecer a todos los miembros que participaron en este trabajo,

Este informe enviado a este grupo en la primera etapa.



2. A AGAP

- Es la única asociación portuguesa que representa a gimnasios y clubes de salud (fitness)
- Tiene una sólida red de socios de negocios, particularmente en el área de equipo, capacitación y seguro
- **Misión:** defensa de los intereses de los empresarios, así como promover y proteger la salud y la industria del Fitness
- **Valores:** Legalidad, rendición de cuentas e integridad
- **Ventajas: Aclaración:** servicios legales, la lista de soporte asociado las obligaciones legales, legislación, derechos de la música, reuniones regionales, eventos y seminarios
- Los gimnasios están representados directamente en Bruselas
De la Asociación Europea del sector (*EHFA – Asociación de Fitness y salud Europea*)
- Cualquier miembro también puede suscribirse a la *Membresía IHRSA* en condiciones únicas y acceder a información muy relevante sobre retención, ventas, ejercicio, PT, etc..



4 Pilares para 2012/2013

- Justicia fiscal. Defensa de una fiscalidad más justa.
- Armonización de la legislación. Conocimientos y aptitudes apropiadas
- Centro de salud de vector de intervención. 'Manual 'y' salud y aptitud física programa Gestión de peso ' para lanzar el 29 de septiembre de la 5ª Reunión nacional.
- Información e investigación.



3. El barómetro

El barómetro se celebró entre el 12 y el 22 de junio de 2012, exclusivamente online a través del portal importante Convención, siendo anunciado por boletín a todos los miembros el día 14 de junio y reforzada la semana siguiente.

Cada miembro tuvo que contestar todas las preguntas e identificar el Club, nombre y datos de contacto de la persona responsable del llenado, siendo posteriormente validada por un registro importante Convención.

La pregunta inicial pretende cuantificar 3 goles, en particular los datos de la variación en el número de clientes, la facturación bruta y sin empleos, en relación con el período del 1 de enero al 31 de marzo de 2012 en comparación con el mismo período del año anterior.

Una pregunta sobre el tipo de servicios complementarios ofrecidos a los clientes, otro sobre la inversión realizada en el primer trimestre y una última pregunta, sobre las perspectivas del negocio.

En este informe encontrará los resultados del estudio, unas breves observaciones y testimonio de asociados.



ENCUESTA

1. con referencia a fecha de 31 de marzo de 2012, que la variación en su número de CLIENTES activos se enfrentan a la misma fecha del año anterior:

- **¿Aumento/disminución/No?**

1.1. ¿Cuanta es la variación?

2. con referencia al período del 1 de enero al 31 de marzo de 2012, que la variación en BRUTO de facturación de su gimnasio (IVA incluido), en comparación con el mismo período del año anterior:

- **¿Aumento/disminución/No?**

2.1. ¿Cuanta es la variación?

3. número de personal y proveedores de servicios:

3.1. Indique el número de empleados en 31 de marzo de 2012

3.2. Indica el número de proveedores de servicios en 31 de marzo de 2012 (verdes recibos)

3.3. Indique el número de empleados en 31 de marzo de 2011

3.4. Indicar el número de proveedores de servicio a servicio el 31 de marzo de 2011 (verdes recibos)

3.5. Tener empleados o contratistas que estaban trabajando en el extranjero ¿En el 2012? En caso afirmativo, ¿cuántos?

4. ¿En la actualidad tiene otras fuentes de ingresos además de la actividad física de servicio?

- **Ningún otro/nutrición/fisioterapia personal formación/otros**

5. ¿Cuál es el volumen de inversión en su gimnasio en el primer trimestre de 2012?

- **Cero/menos de 5.000 euros/entre 5.000 y 25.000 euros/más de 25.000 euros**

6. ¿Cómo es la perspectiva del resto del año 2012, después del pago de la primera serie de IVA trimestral?



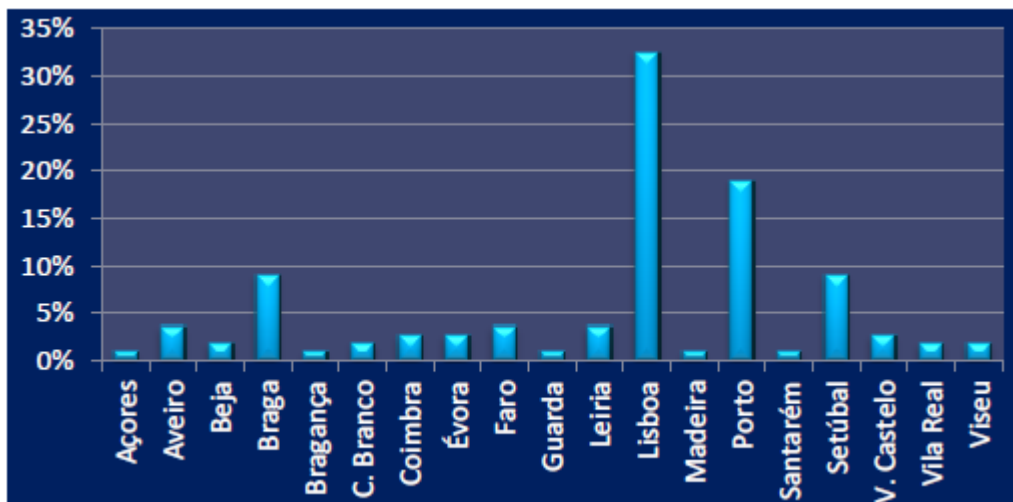
4. toma de muestras

Sobre la base de que la primera edición del barómetro dirigida a la salud y Fitness y también por el hecho de que existe una cultura de compartir o fuertes asociaciones en Portugal, se consideró como objetivo recolectar 50 gimnasios.

El objetivo fue superado con 88 gimnasios para participar en el barómetro, haciendo un total de 111 respuestas. Esta diferencia radica en el hecho de que hay 10 operadores con más de una unidad que participó en el estudio.

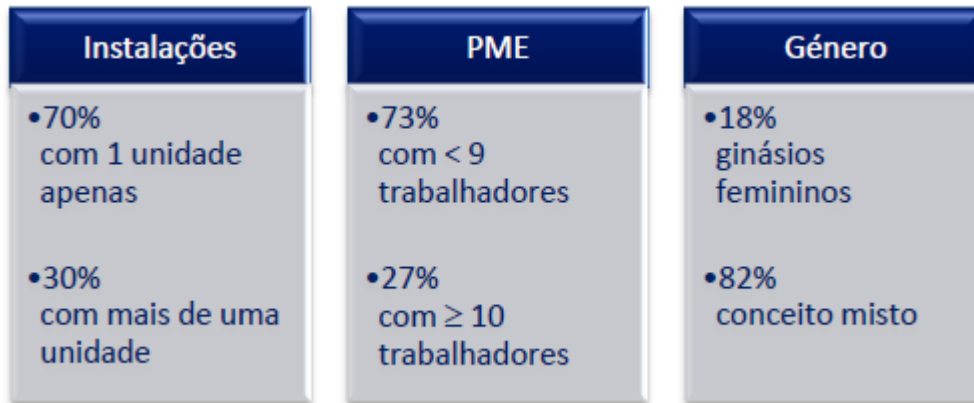


La cobertura geográfica estaba casi llena, con clubes en todos los distritos de Portugal de Portalegre y excepto en las regiones autónomas de las Azores y Madeira, como se evidencia en la siguiente tabla con los porcentajes por región:





Varios enfoques possibilitan filtrar los datos, pero enfrentarán la información cuestionada, ya en posesión de un importante Convenio, la muestra es la siguiente:

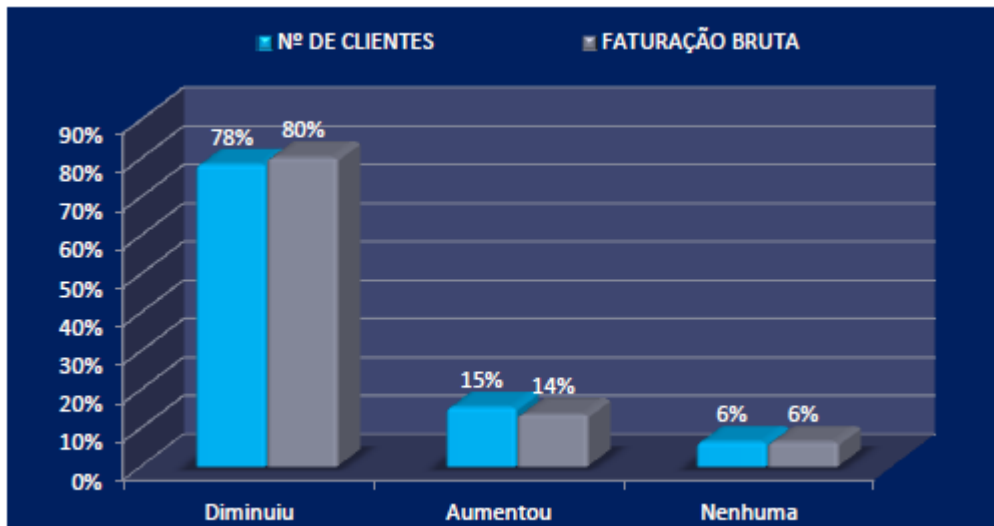


En comparación con el período que se examina, el reciente concepto de 'bajo coste' o similar no están incluidos, porque muchos de ellos han abierto sólo en la segunda mitad del 2011. En el futuro, las ediciones, ya podrán incluir este segmento de mercado. Los resultados divulgados en este barómetro se calculan sobre la base de los promedios de los valores registrados.

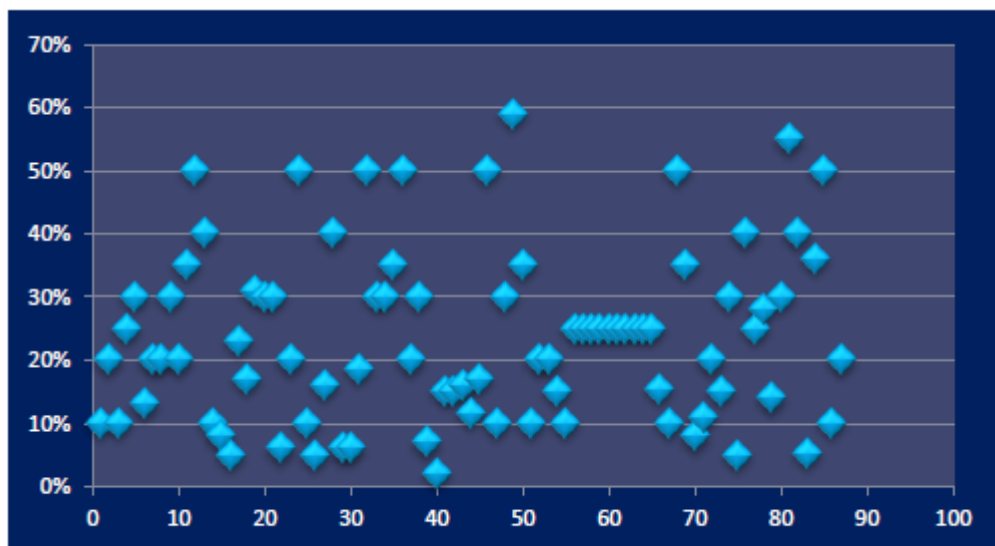


5. RESULTADOS

Del total de 111 instalaciones, unos **80% tienen saltos** tanto en el número de los clientes o en el bruto de la facturación [82 instalaciones en ambos al mismo tiempo]; 6% sin variación.



Y detallando, estas pérdidas en el número de clientes en un gráfico de dispersión, es posible observar que **50% de los saltos de instalaciones informó tener más del 20 %** [clientes].





Fecha del informe de 31 de marzo promedio en el año 2012, la variación en **Número de clientes activos** fue:

Informe para el periodo del 1/Enero al 31 de marzo de 2012, la variación media se ha producido en **Facturación bruta** en tu gimnasio (**IVA incluido**), fue el mismo periodo del año anterior:



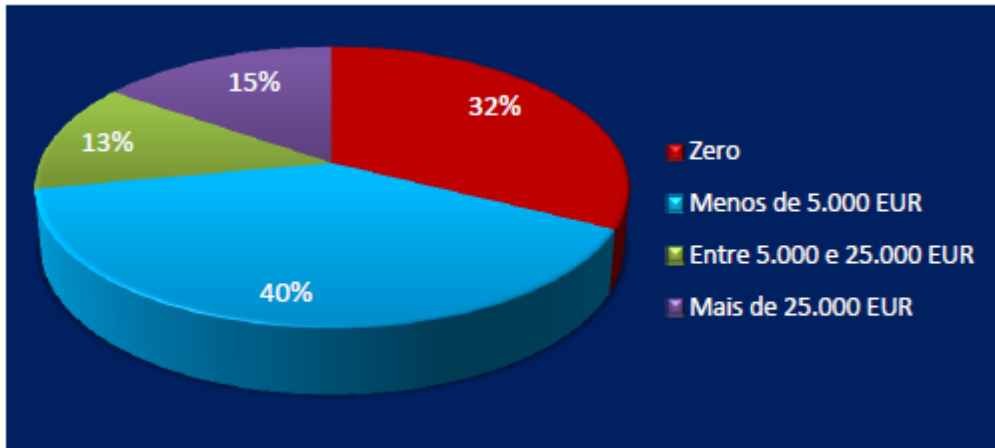
Variación en el número de personal y No hay proveedores de servicio (Recibos de verdes)

31 De marzo de 2012 vs 31 de marzo de 2011:

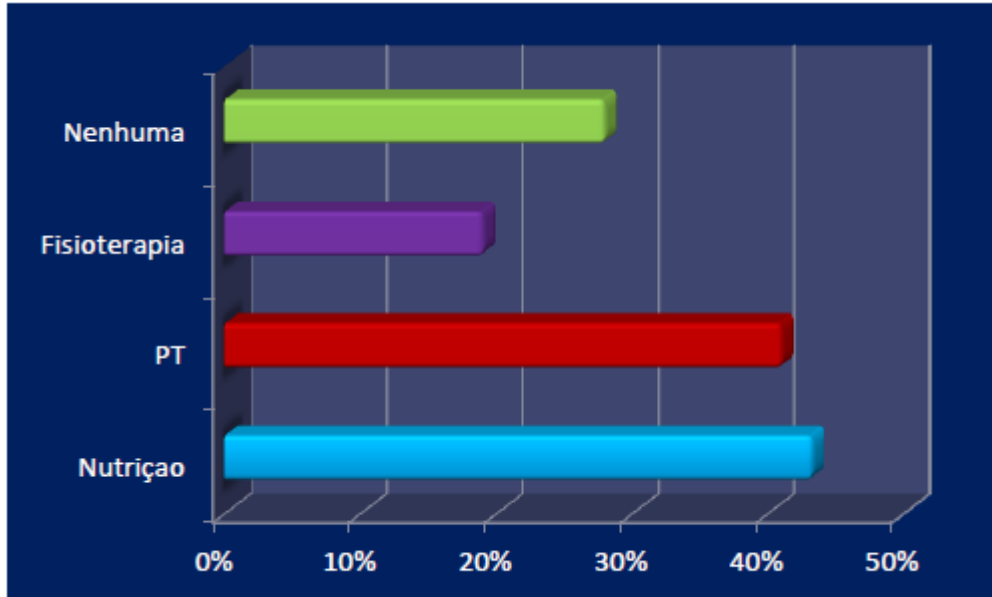




Gráfico 1: porcentaje de las inversiones realizadas de las instalaciones durante el primer trimestre del 2012:



Porcentaje de las instalaciones que tienen (o no) de otro tipo de ingresos además de la Matrícula:





Resultados segmentados

Clubs independente vs clubs con más de una unidad

Micro y PYMES





Clubs femeninos de vs clubs mixtos



Distritos: Lisboa, Oporto y Faro





Manchas urbanas: mayor Lisboa, mayor Oporto y sur

- Mayor Lisboa: incluye Lisboa, Setúbal y distritos Santarém
- grande Porto: incluye los distritos de Aveiro, Porto y Braga
- Sur: incluye los distritos de Faro, Beja y Évora





6. conclusiones

Número de clientes y facturación bruta

Datos de la *Informe global IHRSA 2011* para el mercado portugués:

Volume de Faturação (USD)	Nº de ginásios	Nº de clientes	Taxa de Penetração
\$331.200.000	1.400	600.000	5,6% (média europeia = 7,9%)

Antes de que los datos recopilados desde 111 instalaciones deportivas, es evidente la pérdida de gimnasios privados, a través de la reducción en el número de clientes y, al mismo tiempo, por la disminución de facturación.

Al hacer una extrapolación de los resultados de este estudio basado en Estadísticas IHRSA, significa que aproximadamente 100 mil personas han abandonado los gimnasios y que el volumen de negocio del sector disminuyó de 55 millones por año.

Esta fuerte reducción de la participación en los deportes así pone a Portugal con una tasa de penetración de 4,7%, la más baja en Europa occidental y cada vez más lejos de sus socios, en un momento cuando los objetivos son duplicar el número de miembros de la idoneidad de los actuales 40 a 80 millones en 2020. En España, por comparación, 16,6% de penetración en fitness, hits de país, por cierto, mantiene un reducción de impuestos para actividades deportivas.

Nosotros no podemos dissociar la ruptura registrada tanto para los asiduos de gimnasios como empresa de facturación el aumento en la carga impositiva (IVA) en 2011. La relativa proximidad numérica puede llevarle a creer sobre un efecto entre estos 2 factores.

Sin embargo, ésta es una conclusión que no es lineal como no ser retratado en este estudio Si y en qué porcentaje, los clubes reflejan el aumento de IVA en sus precios.

A pesar de que la facturación rompe gimnasios portuguesas en el primer trimestre de 2012 Es de 16,73% respecto al mismo periodo del año anterior, **es importante tener en cuenta que esta variación presenta valores brutos** es decir **con IVA incluido**. En el fondo, en el primer trimestre de 2011 muchos gimnasios han elegido aún en los dos primeros meses por desglose de IVA tarifas con seguimiento de las actividades (23%) y actividades sin acompañamiento (6%), haciendo que la tasa de IVA ponderada en este período podría ser de 10.58%, suponiendo una división de 70/30 (acompañado de menores no acompañados /).

En estos términos, el desglose de la facturación neta debe tener en cuenta esta realidad, porque se estima que este desglose de coincidencias de 16,73% facturación bruta indicada en realidad y por extrapolación, a un **Facturación neta romper 25%!**

Debe reforzar también que era un aumento en el transcurso de la inversión medio y largo plazo, haciendo que muchos de estos proyectos se desmoronen y la cancelación de muchos más.

*Cabe recordar que el aumento del IVA en 2011 fue de 17% y golpea los saltos aquí grabado 16%.



Número de personal y proveedores de servicios

Los resultados sobre cuestiones que afecten directamente a los trabajadores y proveedores de servicios, también aquí de expresarse las tendencias negativas que se encuentran en línea con el nivel de servicio que requiere un gimnasio.

Ante una disminución de los clientes, una pérdida de ingresos y un incremento brutal en carga fiscal, las empresas reorganizaron todos sus recursos, con el fin de cumplir con sus obligaciones.

Esta situación se produce en cualquier sector de actividades, con situaciones como despidos colectivos son inevitables.

Por supuesto, como regla general, un gimnasio funciona con pocos trabajadores, ya que la mayoría de sus profesionales no tiene otra actividad. Enseña o presta servicios en varias ubicaciones.

Antes de esto, es comprensible que la relación de afectación no es muy clara como resulta – 10% romper número de trabajadores a 31 de marzo de 2012, en comparación con el año anterior.

Ya en el número de profesionales, recibos verdes, la situación es más inquietante, mostrando prácticamente dos veces la disminución registrada en los trabajadores (-18%), y los valores son un reflejo de las estrategias de las empresas en contención de reducción y el costo de personal.

Este barómetro no llevó a cabo la encuesta sobre el número de horas si aumento o disminuyó a prestadores de servicios que permanecen en servicio. Sin embargo, se cree que, dado el conocimiento de la realidad, que apenas es ver las inversiones en esta área también.



Otras ventas

La pregunta acerca de los diferentes tipos de ventas complementarias se colocó con el fin de evaluar la estrategia seguida por clubs.

Los clubs que se centran sus fuentes de ingresos en el mismo "artículo" dependen más del ciclo económico y el efecto es prácticamente automático. Los gimnasios que para poder ofrecer otros servicios y lograr más ingresos a través de estos canales, por supuesto pueden minimizar los "estratos", a través de un aumento de los ingresos promedio por pareja.

Resulta que el 40% de las instalaciones ofrece servicios de nutrición y *entrenamiento personal* mientras que sólo 19% acusan a ofrecer servicios en el área de fisioterapia.

Ocasionalmente hay otras fuentes de ingresos como estética, masajes, bar, formación, ropa, etc... Sin embargo, sigue siendo preocupante que alrededor de un tercio de los gimnasios no diversificar sus fuentes de ventas.

Ediciones futuras a un importante Convenio se tratará de conocer el peso de estos servicios en el volumen total de sus ventas.

En portugués es aconsejable ' *no poner todos los huevos en una sola canasta* '.

Inversión

Esta es una pregunta que desea analizar en el futuro las ediciones y, como tal, no es posible retirar motivada con registros de un solo cuarto.

Sin embargo, dada las *entradas* es posible, en la superficie, medir de la tipología de clubes

En el período que se examina han decidido invertir en y entre las empresas que invierten más de 25.000 euros en el trimestre, el 71% son parte de un operador con otra unidad (cadena).

Podría ser fácil, pero al mismo tiempo demagógico, tomar una posición más firme en este importe sin una historia o el conocimiento del perfil de la empresa, sin saber si hay inversiones o gastos de mantenimiento y, como se ha mencionado, límite un trimestre en su política de inversiones, como se podría haber hecho mucha inversión en un período anterior.

Como complemento a este análisis, el principal negocio (es decir proveedores de equipos), confirman que hay apenas las inversiones en nuevas instalaciones y renovación de las flotas de máquinas es muy dependiente del acceso al crédito. Este perfil se probará en futuros análisis editados, contando con la colaboración de una Convención de importantes patrocinadores.



Breve análisis a los resultados segmentados

- Los gimnasios con más de un Club (cadenas) registran las mayores pérdidas de clientes independientes (club); Sorprendentemente, los clubs independientes que no tienen las ventajas de escala, disponen de los recursos de crédito escaso y menos que las cadenas son más resistentes y para conseguir los mejores resultados también en la variación de facturación;
- Las cadenas son más efectivas en el control de gestión, lo que genera una variación más onerosa en relación con el número de empleados y proveedores de servicios a colaborar;
- Variación de la facturación, a diferencia de las cadenas, los clubs independientes registran pérdidas importantes que la variación de los clientes; Esto puede explicarse por el hecho de que tienen un *cartera* más amplia de servicios y diversifican sus servicios además de la cuota mensual;
- Los gimnasios femeninos en este estudio presenta una espiral negativa con resultados dramáticos en la variación tanto de clientes como facturación; en un año sólo perdió más de un tercio de sus clientes y sus ventas;
- Básicamente, este concepto de gimnasio dirigido a las mujeres pierde más del doble que un gimnasio tradicional en facturación de clientes;
- Según los resultados, los gimnasios de las mujeres son también más pena en exenciones de los proveedores de servicios;
- Considerado durante mucho tiempo el concepto de trabajo por cuenta propia, estos clubs deben realizar una revisión del valor intrínseco del servicio y ajústelo según sus nuevas necesidades de este público específico; un subproceso de mercado con casi el 30% en número de clubs, pero han comenzado a perder cuota de mercado;



¿Cómo es la perspectiva del resto del 2012, después del pago del primer tramo trimestral de IVA?

TESTIMONIOS DE MIEMBROS

Creo que es casi imposible seguir adelante con la tributación del IVA en vigor por más tiempo. Si pagamos el IVA tendré que cerrar el negocio.

Madeira

La perspectiva para el resto del año es un posible cierre, a menos que la deuda se esté aprobando con el Banco. El aumento del IVA sacudió el negocio. Abrimos hace aproximadamente 3 años con IVA al 5% y había algunas perspectivas de negocios y ahora sucedió y el excesivo aumento de IVA obligó a personas a renunciar a nuestro trabajo para pagar al Estado. Alrededor del 30% - 35% de nuestra facturación es para pagar cuentas en el estado.

Castelo Branco

La perspectiva es estrecha. El número de clientes es menor, los gastos son mayores, las ventas son cada vez más reducidas; No existe ninguna otra solución que despedir a todos los empleados y esperar que no aumente la deuda.

Évora

Perspectiva de que continúe la disminución. Tras el incremento del IVA, la situación empeoró y suficiente. Para los que tienen pequeños gimnasios en pequeñas ciudades tienden al cierre de las puertas. Todos los gastos han aumentado, existen clientes y no para pagar mensual o con gran dificultad y deje simplemente para ir al gimnasio. Para más promociones hacer o inventar, la situación es catastrófica y no pueden permitirse los gastos e impuestos. Salud, la prevención y el ejercicio físico no son una prioridad en Portugal.

Évora

Demasiado complicado, porque con la reducción de socios y con el aumento del IVA sin estar reflejados en mensualidades (no aumento los precios durante 4 años, hasta que fue reducido), en este momento el beneficio es inexistente y no es posible por ejemplo para invertir.

Setúbal

Dificultades, reducir el número de empleados. Pero con el aumento en el IVA, cargos disminución mensual de poca o ninguna. A pesar de tener clientes más activos, poco aumento de la facturación. Para no descargar cara a los clientes y abrir dificultades económicas, la mayoría de los paquetes. Porque veo que la población quiere venir al gimnasio, pero el dinero no es suficiente para todo.

Porto

La disminución de socios activos y la facturación de este julio de 2012 ha sido visible. EL equipo, ubicación, instalaciones y buen servicio no pueden ser suficientes para conservar a la pareja. Este escenario hace predecir cambios dramáticos: reducción de las clases, los trabajadores y todavía sigue rondando un desenfoco.

Setúbal

Muy inquietante! Disminución del número de socios, la disminución de la frecuencia, el aumento en el número de Cancelaciones (promedio 50/mes), aumento de la proporción de no recuperación de domiciliación por falta de reducción drástica, aprovisionamiento de cuenta personal (marco y proveedores de servicios de Servicio), posibilidad de cierre de la actividad caso si mejorar saltos!



Lisboa

El crecimiento que logramos en 2010 fue destruido en el año 2011 y 2012 es muy doloroso. El mantenimiento de la empresa para ejecutar la estructura familiar. En circunstancias normales habría terminado ya. Sin embargo comienza el segundo trimestre expresar algunos indicadores de crecimiento, pero todavía no será fácil llegar a la zona confort deseado en el tesoro, con la actual carga de impuestos y aumentos de constantes costos operativos del negocio. Esperamos con interés el surgimiento de nuevas oportunidades de negocio pero siendo la incomodidad y la incertidumbre.

Viseu

Si el IVA valía intermedio (13%), sin duda sería de gran ayuda. Braga Retraso en los pagos de alquiler al casero y probablemente los trabajadores no recibirán el subsidio de vacaciones completo. En los próximos meses se prevé reducción de personal. EL cierre es todavía una posibilidad de revisión al final del tercer trimestre de 2012. El cargos se han mantenido o rojos y los ingresos son muy bajos.

Coimbra

Los clientes que normalmente no frecuentaba el gimnasio se ha dado de baja. Además, el desempleo y el empobrecimiento de las condiciones sociales están provocando cancelaciones superar las nuevas adhesiones. IVA destruyó el margen de negocio en este momento es prácticamente nulo y tenderá a ser negativo con la extensión o empeoramiento situación actual. Empresas que tienen servicios de deuda o acuerdos de arrendamiento alto estan asfixiados con los cargos.

Porto

Tienen una perspectiva negativa para el resto del año, no debe ser posible celebrar más empleados actuales. La frecuencia de los socios ha disminuido y muchos deciden venir de menos a menudo semana, todos los servicios complementarios sufrieron caídas del orden del 40%.

Viana do Castelo

Creo que el problema es a través de todos los que han invertido en esta área con el objetivo de retorno (importante). Teniendo en cuenta que el aumento del IVA era enorme y no puede ser pasan a los clientes, el número de clientes tiende a disminuir no sólo por la situación económica el exponencial aumento de la competencia ilegal y aumento de los costos de producción También, hemos visto incluso con el trabajo de la empresa con un número de Miembros considerados aceptables, este año el saldo el nivel de ganancia es negativo.

Lisboa

El año 2012 tiene una caída de 12% en términos de ingresos. Aunque sufrió de Ebitda positivo una reducción de 62% y no es suficiente para pagar los compromisos bancarios y de inversión. Aunque el número de miembros es menor que el año anterior, la frecuencia en términos absolutos aumentó aproximadamente un 8%. Los socios utilizan en promedio 7 veces al mes, mientras que en el pasado esto promedio fue de 6 veces. Bajada de la tasa de lealtad, porque ha habido un número de salidas mayor que el número de entradas que la proporción cayó sobre 4%. Ingresos de la práctica Personalizar permaneció en relación al año anterior.

Lisboa

Es muy complicado, incapaz de pagar el IVA, los valores son demasiado altos y consideramos Si vale la pena tener la puerta abierta, nuestro primer trimestre no fue malo, hicimos una inversión en nuevos equipos, pero nosotros sentimos un salto grande en el segundo trimestre ha empeorado, porque la clientes se ven obligados a



renunciar por falta de dinero, hicimos ajustes al costo de funcionamiento, pero comenzó a preguntarse si vale la pena trabajar para ganar tan poco.

Faro

7. FINALES NOTAS

Para volver atrás en el tiempo, agentes de fitness recuerdan fácilmente octubre de 2010 cuando se les informó sobre la intención del Gobierno anterior a la fiscal el Deportes y actividades físicas a la velocidad normal, desde enero de 2011. Así que si seguimiento de ámbito de aplicación de esta medida, los practicantes de gimnasios en su conjunto conforman más que todos los atletas de federaciones de deportes juntos! A pesar de la ruptura, más de medio millón de portugueses fueron afectados por una medida perjudicial e injusta.

Este fue el momento de inflexión en el mercado de la salud y estado físico en que los empresarios y otros socios de negocio sintieron un descanso en sus promesas y expectativas y se sintieron decepcionados. Es evidente la ola de indignación y desesperación en docenas de asociados!

Hubo una percepción de alguna manera empírica, que los resultados de los últimos 2 años en el mercado de la salud y Fitness caminar en orden descendente, en virtud de (desacertadas) las políticas en materia fiscal, agravado por la crisis estructural y eso se refleja en la economía real y la falta de competitividad de la mayoría de empresas portuguesas. Desde entonces ha habido un foco (y bien) por retención de socios, pero esto no ha dado dividendos necesarios para compensar las adhesiones.

En las reuniones periódicas de trabajo con socios internacionales, interrogados si ¿Portugal es el único país en el mundo occidental está disminuyendo cuya participación en los deportes?

Lamentablemente esa es la realidad y la perspectiva no es alentadora. Estos datos provienen de reforzar la idea de que, por desgracia, en Portugal-deportes la política fiscal es normalmente citado por sus compañeros como un ejemplo a no seguir.

Por último, para realzar y acentuar las dificultades de este mercado tan importante en Prevención de la salud de miles de portugueses, resulta que el 30% de los asociados este periodo tuvo dificultad en renovar la cuota por razones financieras. Sólo en 2012 ya han cerrado 21 gimnasios.

La Convención importante es consciente de este flagelo y permanece activa en el máximo de sus capacidades, defender, proteger y promover los gimnasios portugueses, confía en que lástima esta lucha! Nunca ha sido tan importante el papel de la asociación y la proximidad a los asociados .



PATROCINADORES PLATINA



www.technogym.pt



www.tranquilidade.pt



www.dinamic.pt



www.lifefitness.com



www.precor.pt

Patrocinadores Gold





www.Technogym.pt www.tranquilidade.pt www.dinamic.pt
www.Lifefitness.com www.precor.pt

Patrocinadores de oro

Asociación de gimnasios de Portugal

Callejón da Beloura, tienda de edificio alfa Mall 13

693-2710 Sintra-Portugal

Tel.: 219242607

www.AGAP.pt