



AGAP realiza 3º Barómetro Nacional relativo ao 1º trimestre de 2013

GINASIOS COM MAIS CLIENTES MAS CRISE AINDA DOMINA SECTOR

Lisboa, 3 Janeiro – O número de clientes dos ginásios subiu 15 por cento no primeiro trimestre de 2013 em relação ao período homólogo do ano passado, segundo os dados do 3º Barómetro da Associação dos Ginásios de Portugal (AGAP).

“No 2º barómetro de 2012, 81 por cento dos clubes informaram perda de clientes enquanto no 1º esse valor foi de 78%. Este 3º barómetro apurou que 69% ainda continuam no vermelho. Ora, esta recuperação ainda que ligeira ($\pm 15\%$) espera-se que venha a reflectir uma inversão da tendência dos últimos trimestres”, lê-se no documento.

Se, por um lado, 69 por cento dos clubes que responderam ao barómetro indicam estar com uma variação negativa no número de clientes, ou seja, menos clientes activos em 31 de Março de 2013 em comparação com o período homólogo, por outro, os valores absolutos apurados registam um aumento de 15 por cento na carteira de clientes activos.

Perante esta evidência torna-se claro que 30 por cento dos clubes, além de apresentarem uma performance positiva nesta métrica, conseguem anular as quebras dos 69 por cento. Todavia, é importante frisar que 30 por cento dos clubes com prestação positiva na variável ‘clientes’, não atinge resultados positivos na facturação, comparativamente ao trimestre do ano anterior. Volume nem sempre é sinónimo de crescimento, conclui o estudo.

Sinais alarmantes na facturação

Quanto á facturação bruta (IVA incluído) os sinais mantêm-se alarmantes, segundo a AGAP, com 76 por cento das respostas a apontar para uma quebra nos resultados, em média de -23 por cento. No 1º barómetro o resultado foi 80 por cento, no 2º de 85 por cento. Uma relativa melhoria mas pouco significativa no conjunto da realidade dos clubes que participaram, afirma o documento.

No universo deste estudo, apenas 22 por cento das empresas estão a crescer nos resultados. De um modo geral, e segundo os dados recolhidos, a maioria são clubes com mais de 750 clientes e, em média, aumentaram a facturação em 13%.

O balanço entre Novas Adesões e Cancelamentos teve um saldo credor de 15.652 pessoas que aderiram a um dos ginásios participantes no 1º trimestre.

O preço médio da mensalidade caiu 6 por cento no universo em estudo, sendo 38,83 EUR o valor da mensalidade média apurada para os 148 clubes.

Claro está, presume a AGAP, que pelo menos, 2 factores tenham contribuído para a redução do preço: por um lado, uma decisão estratégica para acompanhar o processo de ajustamento do ciclo económico que Portugal atravessa através do *pricing* e, por outro, a inclusão no barómetro de unidades que se posicionam no segmento *low cost* ou conceito similar.

Importa recordar que o preço médio segundo a IHRSA em Portugal é de 46 EUR, mas efectivamente desde o aumento da taxa de IVA em Março de 2011, o mercado tem vindo consecutivamente a oferecer serviços mais básicos e cartões mais económicos.

Concluindo, algumas estratégias comerciais de captação de clientes apresentam resultados positivos, num determinado perfil de instalação, mas a rentabilidade dos negócios continua ainda por mostrar sinais claros de recuperação.

Sector recupera 60 mil clientes

Projeção: Entre 2011 e 2012, sensivelmente, 100 mil clientes abandonaram a prática de actividade física acompanhada nos ginásios portugueses. Perante os resultados evidenciados deste estudo e presumindo um efeito idêntico na totalidade do mercado, poderão ter sido recuperados 60 mil clientes já no 1º trimestre de 2013.

A AGAP conclui que os ginásios praticam preços mais baixos e registam mais clientes, mas a maioria regista quebra alarmante nos resultados.

A economia portuguesa atravessa um período de contracção no consumo bastante intenso mas recentes indicações do indicador de confiança já são mais satisfatórias que em outras alturas.

Nas últimas edições do barómetro, eram raras ou quase mesmo excepções os ginásios que apresentavam resultados positivos. Todavia, tem-se assistido a muitas iniciativas, eventos e promoções que, de forma expectável, criam algum entusiasmo e dinâmica e auxiliam à recuperação do negócio do fitness.

Estes sinais de alguma recuperação não são transversais a todo o tipo de clube ou região, nem tão pouco conferem a necessária consistência nos resultados (financeiros). Um negócio só é negócio quando gera retorno e capacidade de fazer face aos compromissos. Já são muitos os trimestres, e todos eles consecutivos, em que uma grande percentagem de ginásios aponta estar um degrau abaixo em termos de facturação. Por mais estratégias de angariação que existam, se a rentabilidade não for recuperada rapidamente, são ginásios que tendem a encerrar.

Finalmente, a AGAP afirma que importa descolar da falsa ideia que “ir ao ginásio é um luxo”, dado hoje haver soluções económicas, flexíveis e diversificadas.

O barómetro AGAP decorreu entre os dias 15 de Abril a 17 de Maio de 2013, exclusivamente online através do portal da associação e registou a participação de 148 clubes.