



Gympass anuncia cinco medidas para ajudar seus mais de 20 mil parceiros de academias durante a pandemia da covid-19

Iniciativas feitas para mitigar os efeitos causados pela crise possibilita às academias oferecerem conteúdos virtuais ao vivo para continuar gerando receita

São Paulo, Brasil - O Gympass, plataforma de benefício corporativo de atividade física presente em 14 países, acaba de anunciar cinco medidas para apoiar as mais de 23 mil academias de sua rede durante a crise causada pelo novo coronavírus. A iniciativa surgiu para tentar mitigar os efeitos causados pela crise da covid-19 dentro do ecossistema, visto que muitas academias tiveram que fechar suas portas por decretos do governo e também pelo grande número de pessoas que estão em casa fazendo o isolamento social.

“Estamos passando por uma situação nunca antes vivida por nenhuma companhia. Tivemos de tomar decisões difíceis ao longo do caminho e mudar rapidamente a maneira como operamos para manter nosso compromisso com nossos funcionários, usuários, clientes e parceiros. Levamos a sério nossa responsabilidade para com nossos stakeholders e temos trabalhado duro para criar soluções que nos ajudarão diante dessa nova realidade. Ainda não temos todas as respostas, mas queremos ser o mais relevante e assertivo possível nesse cenário”, afirmou Leandro Caldeira, CEO do Gympass Brasil .

A crise tem afetado todos os setores, inclusive o da indústria fitness, uma vez que academias e estúdios em diversos estados no país tiveram de fechar as portas por decretos do governo. “Nossos parceiros são os grandes responsáveis por nos ajudar a combater o sedentarismo no mundo. Mais do que nunca, precisamos manter nossos usuários ativos e engajados, e esperamos que essas medidas sejam o primeiro passo para mitigar essa situação. É preciso muita inovação nessa hora e a tecnologia é a nossa grande aliada”, complementa Leandro.

As cinco medidas, em vigor primeiramente no Brasil e nos Estados Unidos, são:

1. Pagamento antecipado referente ao mês de março/2020: o fechamento repentino e imprevisto de muitos estabelecimentos de atividade física tem impacto imediato nos resultados financeiros. Diante disso, o Gympass antecipará os pagamentos das visitas realizadas no período de 1 a 31 de março. O repasse, que normalmente é realizado no dia 15 de cada mês posterior, será feito em 8 de abril, e não serão cobradas quaisquer taxas ou custo de capital por essa antecipação.

2. Plataforma de Aulas ao Vivo (Beta): por conta do isolamento social que milhões de usuários Gympass estão fazendo, seja voluntariamente ou por

recomendação de seus empregadores, houve uma brusca diminuição no atendimento às aulas presenciais e a demanda por aulas virtuais, com orientação profissional, cresceu.

Diante desse cenário, o Gympass vai oferecer uma solução que permita que seus usuários reservem e participem de **aulas virtuais ao vivo** realizadas pelas academias e estúdios parceiros. Com isso, os centros conveniados serão remunerados pelos alunos que participarem das aulas, de forma semelhante ao check-in. Além de manter a interação com seus atuais alunos, a nova plataforma, que ficará hospedada no próprio aplicativo do Gympass, possibilitará à academia expandir o alcance das aulas a novos clientes em todo o Brasil. É uma solução online, sem limitação de espaço físico e sem limite de usuários por aula. O conteúdo deverá ser transmitido via Youtube Live e não será permitido conteúdo gravado.

As aulas virtuais ao vivo podem ser adaptadas para as diversas modalidades existentes, incluindo demonstração de séries de Crossfit, treino funcional, técnicas de tênis, coreografias de dança, sequência de alongamento, apresentação guiada de posições de yoga, entre outros.

3. Programa de Incentivo Digital: o Gympass estruturou um programa de incentivo digital para apoiar financeiramente os parceiros que estão interagindo com os usuários de forma online. Para receber esse incentivo, as academias devem agendar pelo menos cinco aulas virtuais ao vivo por semana em abril. Só será válido para parceiros que registrarem essa grade de aulas até 31 de março e que não tenham atendido nenhum usuário Gympass por três dias úteis consecutivos a partir de 15 de março.

4. Aulas ao vivo para usuários não-Gympass: preocupado com toda a base de alunos de seus parceiros, incluindo os de balcão, o Gympass firmou parceria com a Glofox para disponibilizar módulos de sua plataforma que permitirão o agendamento, a transmissão de treinos via Youtube Live, e a cobrança pelas aulas (o próprio parceiro poderá colocar o valor e escolher a melhor forma de cobrança) A plataforma será 100% subsidiada pelo Gympass durante o primeiro mês de uso.

5. Plataforma terceirizada de aulas gravadas: para complementar a oferta das aulas virtuais ao vivo, o Gympass também irá oferecer gratuitamente, por 30 dias, uma plataforma terceirizada chamada Wexer, que possui mais de 1.500 aulas gravadas com os melhores instrutores do mundo, de diversas modalidades, como HIIT, zumba, yoga e spinning.

“Temos consciência que essa crise não respeita modalidades, localização, classe social, gênero, etnia, entre outros fatores, e sabemos que agora é a hora de mostrar que temos força e que vamos conseguir manter nossos usuários ativos e saudáveis. Nossa experiência em países da Europa confirma que essas têm sido as melhores maneiras de manter as pessoas engajadas em atividade física. Este é o momento de agirmos rápido e nos adaptarmos a essa nova realidade da sociedade em isolamento. Estamos juntos nessa”, finaliza Leandro.

Sobre o Gympass:

Com a missão de acabar com o sedentarismo, o Gympass se alia a empresas para revolucionar o modo como seus colaboradores se relacionam com atividade

física, promovendo mudanças duradouras em suas vidas. Mais de 2.000 clientes contam com a variedade, a conveniência e a flexibilidade inigualáveis do Gympass para melhorar o engajamento e o desempenho dos seus funcionários, além de contribuir para o sucesso geral do negócio. Presente em 14 países e com mais de 50.000 academias e estúdios parceiros ao redor do mundo, o Gympass ajuda corporações a criarem programas personalizados de longo prazo, que inspiram seus colaboradores a se engajarem, permanecerem motivados e aproveitarem todo o seu potencial.

Para mais informações:

FSB Comunicação

Anne Fadul: anne.fadul@fsb.com.br / 11 99335-4527

Leandro Simões: leandro.simoies@fsb.com.br / 11 99701-2675

Jennifer Queen: jennifer.queen@fsb.com.br / 11 99140-0909