

Como fica o mercado fitness no pós pandemia?

ESPECIALISTAS EXPLICAM MUDANÇAS DE CONSUMO E TENDÊNCIAS PARA O SETOR



A pandemia do coronavírus obrigou praticamente todos os setores da economia a se adaptarem. Universidades passaram a oferecer mais aulas online, redes de mercado tiveram que começar a entregar os produtos a domicílio e restaurantes precisaram garantir o distanciamento social de seus clientes. Mas e o setor fitness e wellness? Como a forma de consumi-lo mudou? Quais as tendências para o setor pós-pandemia e como os profissionais de Educação Física, gestores e empresários do ramo podem se preparar para elas?

Quem responde essas e outras perguntas são os especialistas Eduardo Netto [CREF 002025-G/RJ], diretor técnico da Bodytech e Conselheiro Federal, e Claudio Peixoto [CREF 000225-G/RJ], que é sócio proprietário da Well Fit Estúdio Ltda e oferece consultoria na implementação de estúdios de condicionamento físico.

Após a autorização para reabertura das academias, esses estabelecimentos tiveram que seguir protocolos de segurança. Para Eduardo Netto, esse foi um dos maiores desafios. "Fomos sujeitos a seguir à risca os decretos de cada cidade em que operamos, o que variava bastante".

Além de seguir à risca os protocolos determinados, é preciso mostrar isso para o público. Os estabelecimentos voltados para a prática do exercício físico precisam deixar as pessoas seguras para frequentar esses ambientes. “Temos o dever e obrigação de mostrar à sociedade que estamos seguindo as legislações. Além disso, devemos pensar em estratégias de *marketing* a fim de comunicar que somos um ambiente extremamente seguro”.

Mais do que isso: “No passado, os clientes escolhiam as academias por motivos tais como equipamentos, qualidade do atendimento, atividades e instalações. Agora, as vertentes higienização e segurança são itens importantíssimos”. E mesmo com a possível chegada da vacina, Eduardo Netto acredita que essa nova cultura não será revertida. “Já existia uma tendência do fitness ofertado de forma digital. Aqui no Brasil, a adesão a essa forma de consumo era extremamente baixa. Na pandemia, virou uma febre”.

Mas nem por isso, o presencial cairá em desuso. “Penso que não deixaremos de ter uma forte adoção do fitness presencial, mas o consumidor já adotou - e deve continuar a utilizar - a orientação online, tornando nosso serviço híbrido”, comenta o especialista.

Essa é a melhor estratégia para não apenas sobreviver, mas prosperar durante e após a pandemia. “Minha aposta para este momento são os estabelecimentos que se adequaram e passaram a adotar esse sistema híbrido, *multichannel*, em que o consumidor é o rei, ou seja, ele decide quando, onde e como deseja treinar”.

Essa estratégia já fazia parte das salas de reunião da Bodytech mesmo antes do coronavírus estampar as páginas de todos os jornais. “Nós já havíamos iniciado há cerca de 5 anos uma jornada de transformação digital, portanto, já oferecíamos este serviço, que durante a pandemia alcançou números extraordinários. O consumidor foi obrigado a migrar para o digital. Além do aplicativo, passamos a oferecer aulas pelo Instagram, YouTube e Facebook. E, por último, lançamos um novo produto: o atendimento individual e por aulas coletivas por meio da plataforma Zoom”.



Eduardo Netto, diretor técnico da Bodytech

“Minha aposta para este momento são os estabelecimentos que se adequaram e passaram a adotar esse sistema híbrido, multichannel, em que o consumidor é o rei, ou seja, ele decide quando, onde e como deseja treinar”

Chamado de BTFIT, o programa oferece, em Português e Inglês, atividades que podem ser praticadas em qualquer horário e local, voltado para quem deseja adquirir saúde, emagrecer e ganhar massa magra sem sair de casa e sem a necessidade de equipamentos específicos. Personal trainer, aulas coletivas e programas de treinamento para necessidades específicas e com diferentes níveis de dificuldade são as três modalidades de treino disponíveis no aplicativo.

Ativo desde 2015, em razão da pandemia, o aplicativo foi disponibilizado gratuitamente por um período, chegando perto da marca de 4 milhões de downloads e um número de usuários diários 11 vezes maior. “Quando o criamos, a proposta era atender uma nova geração, que tem mais familiaridade com a tecnologia. Além de resolver os problemas de falta de tempo, restrição financeira ou até mesmo timidez, que impediam as pessoas de praticar atividades físicas. Agora, neste momento, foi propício para que as pessoas não interrompessem seus treinos”.



Claudio Peixoto, sócio proprietário da WellFit

“A prática do exercício físico e a adoção de um estilo de vida mais ativo foram amplamente divulgadas como agentes promotores da saúde, concorrendo diretamente para a prevenção das doenças”

Mais do que um novo produto, a ferramenta não reproduz o mundo offline no online, como conta o especialista. “É realmente uma solução feita para ser usada a qualquer momento, por qualquer pessoa. Eu acredito que, quando tudo isso passar, vamos entender que os treinos presenciais na academia e os feitos pelo aplicativo podem conviver em harmonia e uma nova tendência pode ser criada”, explica Eduardo Netto.

Quem concorda com ele é o professor Claudio Peixoto. Para ele, apesar de seu aspecto negativo, a pandemia acabou contribuindo para a conscientização sobre a necessidade de um estilo de vida saudável. “A prática do exercício físico e a adoção de um estilo de vida mais ativo foram amplamente divulgadas como agentes promotores da saúde, concorrendo diretamente para a prevenção das doenças”.

Por isso, Claudio Peixoto acredita que o consumo do fitness e wellness continuará em alta, apesar do aumento da busca pela saúde integral, tendo a estética como consequência. “Aqui, o sentido de saúde extrapola o aspecto físico e engloba também o psicológico e social, ou seja, os praticantes tendem a serem menos ansiosos e a apresentarem melhores ajustes sociais, mesmo em um quadro de distanciamento e isolamento”.

Seja qual for o objetivo, para o professor, o que importa é a conscientização sobre a prática da atividade física. “Isso é bom, já que as pessoas passam a ampliar a sua compreensão para a importância do exercício físico”.



Por ser apresentada cada vez mais como fundamental, a orientação de atividade física via internet, que sofria uma certa resistência, veio para ficar. “Isso é muito bom, porque o mercado tende a ser ampliado com a regularidade das aulas/treinos remotos. Dessa forma, e de maneira progressiva, o que já existia tenderá a continuar. Apesar da mudança comportamental levar tempo para se consolidar, a aceitação das aulas remotas já é uma realidade”, indica.

ATUAÇÃO AUTÔNOMA GANHA FORÇA E EXIGE DISCIPLINA

Muito motivado por isso, a ideia do profissional celetista está dia a dia tendendo a cair em desuso, como explica Claudio. “A pandemia reforça essa tese, pois vários profissionais foram obrigados a buscar novas oportunidades, e passaram a atuar autonomamente. Mesmo com a reabertura das empresas, muitos optaram por continuar como autônomos”.

Se você é um deles, Claudio orienta: “Para que você possa atuar de maneira independente, o primeiro ponto é atentar para a disciplina, ou seja, você deve estar comprometido com você a cumprir tudo o que foi “auto-contratado”. Como segundo ponto entra o planejamento – lembre-se que a sua entrega ao cliente só será validada a partir da percepção do mesmo. Então, não tente atuar de maneira “desinformada” em várias frentes – crianças, adultos e idosos; individuais e coletivas; e com diferentes componentes da aptidão física”.

Os cuidados com as finanças também devem estar presentes. “Estabeleça um fundo de reserva com no mínimo três meses de despesas ordinárias. Isso dará a você maior tranquilidade em caso de alguma intercorrência”.

Além da reserva, Claudio explica que é fundamental estar atento às demandas do mercado. “Isso permite que o profissional faça ajustes, muitas vezes pontuais, em suas estratégias profissionais. Nem sempre há necessidade de mudanças bruscas. Houve um aumento do consumo de bens por via remota, o mesmo tende a acontecer com o consumo de serviços, e a Educação Física deverá ser amplamente beneficiada por essa mudança de comportamento”.



Mas só se beneficiará quem estiver pronto para ela. “A relação com o trabalho, remuneração e tempo livre sofrem alterações nesse momento. Na prática, é preciso aprender a se ajustar ao capital recebido e ao aumento do tempo ocioso. Há também que se preocupar com a formação continuada. Há uma necessidade cada vez maior de se manter atualizado, mas com conteúdos que vão além dos ofertados na universidade. Quanto maior a gama de conhecimento adquirido, maiores serão as relações transdisciplinares e, como consequência, maiores a possibilidade de inserções no mercado de trabalho na sua atuação profissional”.

Por último, o professor orienta: “Reveja se, no seu plano de vida, você está ajustado com aquilo que te dá satisfação profissional, pois não existem fórmulas prontas para o sucesso, este é fruto de muita dedicação. E isso só é conseguido quando se tem total envolvimento e prazer naquilo que se faz”.

“Há uma necessidade cada vez maior de se manter atualizado, mas com conteúdos que vão além dos ofertados na universidade. Quanto maior a gama de conhecimento adquirido, maiores serão as relações transdisciplinares e, como consequência, maiores a possibilidade de inserções no mercado de trabalho na sua atuação profissional”