



ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL EM ACADEMIAS DO MUNICÍPIO DE BARREIRAS-BA

JOÃO HENRIQUES DE SOUSA JÚNIOR; VITORIA SANTIELY DE OLIVEIRA SILVA

Introdução: A busca por um estilo de vida mais saudável fez com que o mercado *fitness* brasileiro se expandisse bastante nos últimos anos, alçando o Brasil, por exemplo, ao segundo lugar no *ranking* de nações com mais academias do mundo. Entretanto, sabe-se que, para além da importância da atividade física para a saúde, as academias são empresas e, como tais, necessitam dos conceitos de Gestão da Saúde, especialmente no tocante a construção de um bom relacionamento com o seu cliente, principalmente, na atualidade, no ambiente on-line. **Objetivo:** Analisar as estratégias de marketing digital adotadas por cinco academias localizadas no município de Barreiras - Bahia. **Metodologia:** A fim de lograr resultados que satisfaçam o objetivo proposto, foi realizada, durante o mês de fevereiro de 2024, uma observação não-participante nos perfis da plataforma de rede social virtual Instagram de cinco grandes academias do município de Barreiras, localizado na região Oeste do estado da Bahia. Os dados coletados foram analisados com base na análise de conteúdo temática. **Resultados:** Inicialmente, constatou-se que todos os cinco perfis apresentavam mais de sete mil seguidores, o que representa um quantitativo bastante considerável para o segmento e a região estudadas. Especificamente sobre as estratégias de marketing digital utilizadas: três delas fazem uso de *hashtags* exclusivas da sua academia em suas postagens no *feed* e *stories*; todas elas compartilham conteúdos informativos, promocionais e de datas comemorativas em seus perfis; duas delas contam com criação de conteúdo de influenciadores digitais locais; três delas fazem parcerias com instrutores/*personal trainers* e nutricionistas; só uma academia realizou interação específica nos *stories* a partir de criação de enquete, enquanto para as outras a interação se deu apenas com o compartilhamento de *stories* dos clientes/alunos que marcaram a academia em seus próprios perfis. **Conclusão:** Percebe-se que, apesar de ter uma relevância quantitativa no ambiente digital (vide os números de seguidores que possuem), ainda falta às academias uma melhor utilização de estratégias de marketing digital, como a produção de conteúdo de saúde e bem-estar, dicas de treino e interatividades por meio de caixinhas de pergunta e enquetes nos *stories*, por exemplo.

Palavras-chave: **MERCADOLOGIA; MERCADO FITNESS; INSTAGRAM; AMBIENTE DIGITAL; COMUNICAÇÃO DIGITAL**