



V Seminário Internacional de Gestão e Políticas para o Esporte

Curitiba, PR - 8 a 10 de novembro de 2022

POSICIONAMENTO DE MERCADO DE UM BOX DE CROSSFIT: UMA ANÁLISE DE POSTS NO INSTAGRAM

Sabrina Furtado

Universidade Federal do Paraná

sabrina_mfurtado@hotmail.com

Emanuel Cardoso Pavei

Universidade do Estado de Santa Catarina

emanuelcpavei@gmail.com

Luis Henrique Torquato Vanucci

Instituto Rugby para Todos

luisvanucci@gmail.com

Iasmin Dias da Conceição

Universidade do Estado de Santa Catarina

iasmindc@gmail.com

Gabriel Henrique Treter Gonçalves

Universidade do Estado de Santa Catarina

gabriel.goncalves@udesc.br

Anais do V Seminário Internacional de Gestão e Políticas para o Esporte

Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/SIGPE/SIGPE2022/schedConf/presentations>



POSICIONAMENTO DE MERCADO DE UM BOX DE CROSSFIT: UMA ANÁLISE DE POSTS NO INSTAGRAM

Subárea: (5) Marketing e comportamentos de consumo no esporte

Indicação para tipo de apresentação no evento: Pôster

Introdução: As mídias sociais se configuram como instrumentos relevantes para as empresas conhecerem a necessidade e o desejo de seus clientes. Dentre eles, as redes sociais, como por exemplo o *Instagram*, são consideradas meios importantes para a comunicação das empresas com seus consumidores e assim gerarem engajamento. Na indústria do esporte (onde está inserido o *CrossFit*), a maneira como o produto é comercializado nas mídias sociais, vinculando às motivações de seus praticantes, pode contribuir com a gestão e o desenvolvimento da modalidade, enquanto produto. **Objetivo:** o objetivo do presente estudo foi analisar o posicionamento de mercado da empresa *Punk CrossFit*, por meio das postagens no seu perfil na rede social *Instagram*, nos anos de 2019 e 2020, com base nos principais motivos à prática regular de atividades físicas. **Método:** a pesquisa possui cunho descritivo e natureza quantitativa. O estudo buscou analisar e categorizar as postagens realizadas na rede social *Instagram*, do box de *CrossFit* nomeado *Punk CrossFit*. Os dados foram organizados em uma tabela no programa Microsoft Excel e classificados conforme os principais motivos à prática regular de atividades físicas descrito por Balbinotti (2004). Foram analisadas imagens e legendas – não sendo considerados os vídeos – dos anos de 2019 e 2020, com o propósito de verificar o comportamento da empresa, nas postagens do *Instagram*, no ano anterior à pandemia da COVID-19 e outro durante ela. **Resultados e Discussão:** a maior frequência de postagens esteve relacionada à Sociabilidade (36,35%), o que corrobora com o estudo desenvolvido por Santos (2017). A Competitividade foi o segundo item (21,56%), seguido por Saúde (17,19%), Prazer (10,94%), Controle de Estresse (8,13%) e Estética (5,94%). De acordo com esses resultados, verificou-se que a *Punk CrossFit* se posiciona no mercado como uma empresa que preza por entregar um serviço focado na socialização dos seus clientes, também em competitividade na modalidade e em saúde. Nos anos analisados, 2019 e 2020, se observa diferentes frequências das postagens entre “Competitividade” e “Saúde”. No ano de 2019, anterior à pandemia da COVID-19, não havia restrição para realização de eventos competitivos, sendo assim a empresa explorou esse posicionamento de maneira contundente. Em 2020, a suspensão das competições coincide com a diminuição de postagens voltadas para “Competição”. Quanto às publicações sobre “Saúde”, percebeu-se um aumento significativo em relação ao ano anterior, o que pode estar relacionado ao fato de que a prática de atividade física e esportes é apontada como uma ferramenta que favorece o sistema imunológico e consequentemente pode favorecer a resposta do organismo a doenças virais, fator altamente discutido durante o enfrentamento à pandemia (SILVEIRA ET AL., 2021). **Conclusões:** o posicionamento de mercado, explorado pela empresa vai ao encontro de pesquisas que demonstram os motivos mais relevantes que levam os praticantes de *CrossFit* a praticar a modalidade. A empresa também adaptou sua estratégia a demanda que surgiu através da pandemia de COVID-19. Tal flexibilidade e coerência com o mercado, pode explicar o sucesso e longevidade da companhia no mercado, considerando que a *Punk CrossFit* possui três unidades e está há 10 anos no mercado.

Palavras-chave: Posicionamento; Crossfit; Instagram; Empresa.

Referências:

BALBINOTTI, Marcos A. A. (2004). Inventário de Motivação à Prática Regular de Atividade

Anais do V Seminário Internacional de Gestão e Políticas para o Esporte

Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/SIGPE/SIGPE2022/schedConf/presentations>



V Seminário Internacional de Gestão e Políticas para o Esporte

Curitiba, PR - 8 a 10 de novembro de 2022

Física e/ou Esporte. Montréal, QC: Service d'Intervention et de Recherche en Orientation et Psychologie.

SANTOS, Matheus P. (2017). Comparação entre a motivação para a prática de musculação e do CrosFittm. 2017. 15 f, Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Educação Física e Esportes, Curso de Educação Física, Fortaleza. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/37183>. Acesso em: 18 jan. 2022.

SILVEIRA, M.P., FAGUNDES, K.K., BIZUTI, M.R. et al. Physical exercise as a tool to help the immune system against COVID-19: an integrative review of the current literature. Clin Exp Med 21, 15–28 (2021). <https://doi.org/10.1007/s10238-020-00650-3>.

Anais do V Seminário Internacional de Gestão e Políticas para o Esporte

Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/SIGPE/SIGPE2022/schedConf/presentations>