

## **Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no TikTok**

Relatório de Estágio e da Prova de Aptidão Profissional  
do Curso Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e  
Publicidade

Aluno(a): Duarte Espada

N.º: 05

Turma: TCMRPP 2022-2025

Ano de formação: 3.º

**Ano Letivo: 2023/2024**

Título: Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no TikTok

Aluno(a): Duarte Espada

Orientador(a) de Estágio da Escola: Marta Dias

Diretor(a) de Curso: Marta Dias

Junho / 2025

## **Agradecimentos**

O aluno gostaria de agradecer à Escola Profissional de Setúbal pelas excelentes condições que oferecem aos alunos e nominalmente à Diretora Pedagógica a Dra. Virgínia Pereira, por proporcionar a realização da minha Formação em Contexto de Trabalho e Prova de Aptidão Profissional.

Agradece à FITTEJO, pela oportunidade de realizar o seu estágio, num ambiente que se revelou verdadeiramente enriquecedor e repleto de desafios positivos. Esta experiência foi essencial para o meu crescimento, tanto a nível profissional como pessoal, graças ao apoio constante que recebi ao longo do percurso. Um agradecimento especial à Orientadora de Estágio da Entidade de Acolhimento, Jéssica Louro, por todo o auxílio prestado durante o desenvolvimento da Formação em Contexto de Trabalho e Projeto de Aptidão Profissional.

O aluno expressa de igual forma o seu agradecimento à Diretora de Curso e Professora Orientadora de Estágio, Marta Dias por toda a preocupação, ajuda e disponibilidade.

## Resumo

O projeto da Prova de Aptidão Profissional (PAP), desenvolvido durante a Formação em Contexto de Trabalho (FCT), centrou-se na criação de uma estratégia digital para o crescimento do ginásio FITTEJO no *TikTok*. A proposta surgiu da necessidade de reforçar a presença *online* da entidade junto de um público mais jovem, utilizando o *TikTok* como principal canal de comunicação e envolvimento. Ao longo do estágio, foram aplicadas competências na área de Marketing e da Comunicação, começando por uma análise da presença do ginásio nas redes sociais, com foco no *TikTok*. Identificaram-se boas práticas e lacunas, como a irregularidade nas publicações e a pouca variedade de conteúdos. Com base nisso, definiram-se objetivos estratégicos, como o aumento de seguidores, interações e notoriedade da marca.

Foi elaborado um plano de publicações com base nos melhores dias e horários para atingir o público-alvo, seguindo-se a produção de vídeos com temas variados como dicas de treino, nutrição, entrevistas e desafios criativos. Os vídeos foram gravados com o telemóvel, editados com a aplicação *CapCut* e publicados com músicas virais, efeitos visuais, legendas e hashtags estratégicos.

A monitorização dos resultados foi feita semanalmente, analisando visualizações, gostos, comentários, partilhas e crescimento de seguidores. Entre os vídeos com melhor desempenho destacaram-se a apresentação do novo estagiário (2.452 visualizações), a entrevista sobre conciliar trabalho com treino (1.440 visualizações) e a competição de cargas entre *personal trainers* (1.061 visualizações). No geral, observou-se um crescimento significativo na conta do *TikTok* do ginásio, tanto em alcance como em interação.

Este projeto permitiu ao aluno aplicar na prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, desenvolvendo competências como criatividade, autonomia e pensamento crítico, ao mesmo tempo que contribuiu para os objetivos de comunicação do FITTEJO e para o próprio crescimento profissional.

# Índice

1. Introdução .....	1
2. FITTEJO – Helth Club .....	2
2.1. Historial.....	2
2.2. Organograma.....	3
2.3. Caracterização do local de estágio .....	3
2.4. Localização.....	3
2.5. Contactos.....	4
2.6. Higiene e Segurança no Trabalho, Qualidade e Preocupações Ambientais.....	4
2.6.1. Higiene .....	4
2.6.1.1. Iluminação .....	4
2.6.1.2. Ruído .....	5
2.6.1.3. Vibrações e radiações .....	5
2.6.1.3. Ambiente térmico.....	5
2.6.1.4. Higienização .....	6
2.6.2. Segurança .....	6
2.6.2.1. Política de segurança .....	6
2.6.2.4. Sinalização de segurança.....	6
2.6.2.5. Equipamentos de proteção coletiva (EPC) .....	7
2.6.2.6. Ergonomia .....	7
3. Atividades desenvolvidas no âmbito da FCT.....	8
3.1. Pesquisa de temas/conteúdos para o blog e sua redação .....	8
3.2. Gravação e registo fotográfico das aulas.....	8
3.3. Fotorreportagem e gravação da festa comemorativa dos 6 anos do ginásio FITTEJO .....	9
4. Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no TikTok .....	12
4.1. Enquadramento teórico.....	12
4.2. Fundamentação do projeto .....	12
4.3. Cronograma .....	13
4.4. Etapas de Desenvolvimento .....	13
4.4.1. Escolha do Tema e Definição de Objetivos.....	14
4.4.2. Pesquisa e Recolha de Informações.....	14
4.4.3. Criação do Plano de Publicações .....	15
4.4.4. Criação e Publicação de Conteúdos .....	16
4.4.4.1. “Apresentação do novo estagiário no FITTEJO” .....	16
4.4.4.2. “Competição de Cargas” .....	17
4.4.4.3. “Conciliar o Trabalho com os Treinos” .....	17
4.4.4.4. “Ginásio é a tua terapia- Mostrar a evolução do humor” .....	18

---

4.4.4.5. “O que comer antes de um treino” .....	18
4.4.4.6. 5 Tipos de pessoa no <i>ginásio</i> .....	19
4.4.4.7. Desafio dos Abdominais.....	20
4.4.5. Monitorização Contínua .....	21
4.4.6. Apresentação de Resultados Finais .....	22
4.5. Análise crítica global da execução do projeto .....	22
5. Conclusão .....	23
Bibliografia.....	24
Anexos .....	25

# 1. Introdução

O aluno Duarte Espada do Curso Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade, realizou a sua Formação em Contexto de Trabalho no ginásio FITTEJO, sob orientação de Jéssica Louro, no período compreendido entre 17 de março e 12 de junho. Este estágio permitiu ao aluno adquirir maior autonomia e responsabilidade, melhorar o seu nível de trabalho em equipa estabelecendo contacto com o mundo do trabalho, integrando-se na dinâmica de um ginásio e percebendo o seu funcionamento. O presente relatório tem como objetivo apresentar a Prova de Aptidão Profissional (PAP) do aluno, desenvolvido no âmbito do curso de Técnico/a de Marketing, Relações Públicas e Publicidade. Este projeto foi implementado pelo ginásio FITTEJO e visou não só fortalecer a presença da marca no mercado, mas também melhorar a comunicação e o envolvimento com o público-alvo.

Ao longo deste documento, serão expostos os principais objetivos do projeto, a sua relevância para a empresa e a metodologia a ser utilizada para a sua concretização. Este relatório pretende, assim, servir como um ponto de partida para a execução do projeto, demonstrando a sua viabilidade e importância dentro do contexto empresarial do ginásio.

**AS OUTRAS PARTES DO RELATÓRIO?**

## 2. FITTEJO – Helth Club

### 2.1. Historial

O ginásio FITTEJO abriu as portas ao público a 20 de maio de 2019 (fig.1), com a missão de promover um estilo de vida saudável e acessível para todos. Oferece à vila da Moita a oportunidade de treinar num local familiar, confortável e com tudo o que precisa para treinar: uma zona de cardio, musculação e treino funcional, com muita variedade e serviços úteis para que a experiência de treinar num ginásio seja mais do que isso, ao longo dos anos tem crescido e modernizado os seus serviços. Com um ambiente acolhedor e inclusivo, destaca-se pelo compromisso com a comunidade e pela constante inovação. Atualmente, continua a evoluir, garantindo as melhores condições para que os seus membros alcancem os seus objetivos de saúde e bem-estar.



Figura 1 - FITTEJO

## 2.2. Organograma

A estrutura organizacional do FITTEJO está representada no seu organograma (fig.2), que ilustra a hierarquia dos cargos da entidade.



Figura 2 - Organograma do FITTEJO

## 2.3. Caracterização do local de estágio

O FITTEJO é composto por uma receção, um balneário para o *staff* e um para os clientes, um escritório, uma sala para crianças, duas salas para consultas uma de nutrição e outra de *personal trainer*, um estúdio para formações, quatro estúdios para aulas específicas e uma ampla sala de exercícios. O espaço conta com equipamentos de alta qualidade, garantindo tudo o que é necessário para um treino funcional eficaz e seguro. Foi pensado para responder às necessidades dos membros, assegurando conforto e praticidade em todas as suas áreas.

## 2.4. Localização

O ginásio FITTEJO está localizado na Rua Classe Operária nº44, 2860-455 Moita.



Figura 3 - Localização do FITTEJO

## 2.5. Contactos

O FITTEJO pode ser contactado através de telefone e email:

Telefone: 918 888 459

E-mail: geral@fitejo.pt.

## 2.6. Higiene e Segurança no Trabalho, Qualidade e Preocupações Ambientais

### 2.6.1. Higiene

A higiene no trabalho tem como objetivo identificar, avaliar e controlar os riscos presentes no ambiente laboral, garantindo o bem-estar físico, mental e social dos trabalhadores. Além de contribuir para a saúde e segurança, também melhora a produtividade e a qualidade do trabalho. Dentro deste conceito, são considerados aspetos como a iluminação, o ruído, as vibrações e radiações, o ambiente térmico, os riscos químicos e biológicos, bem como a limpeza e higienização do espaço.

#### 2.6.1.1. Iluminação

No contexto da Higiene e Segurança no Trabalho, a iluminação é considerada um risco físico que pode afetar os trabalhadores e, por isso, deve ser devidamente controlada por um Técnico Superior de Segurança e Higiene do Trabalho. Atualmente, a iluminação artificial (fig.4) vai além da simples função de permitir a visibilidade em locais com pouca luz natural. No Oasis, contamos tanto com iluminação natural (fig.5) como artificial, o que nos garante sempre níveis de luminosidade adequados e confortáveis.



Figura 4 – Iluminação artificial



Figura 5 – Iluminação natural

### 2.6.1.2. Ruído

O ruído num ginásio é um fator importante a considerar, tanto para o conforto dos utilizadores como para a segurança dos profissionais que lá trabalham. O som ambiente resulta da combinação de vários elementos, como a música de fundo, o impacto dos pesos, o funcionamento dos equipamentos e as conversas entre os clientes.

### 2.6.1.3. Vibrações e radiações

Nos ginásios, as vibrações e radiações podem influenciar o conforto e a segurança dos utilizadores e funcionários. As vibrações surgem, principalmente, do impacto dos pesos no chão e do funcionamento de máquinas como passadeiras e bicicletas. Se forem excessivas, podem causar desconforto e desgaste nos equipamentos. Para evitar isso, é importante usar pisos adequados e amortecedores para os aparelhos mais pesados. Já as radiações podem vir da luz solar (radiação UV), de aparelhos eletrónicos (radiação eletromagnética). Embora, na maioria dos casos, não representem grandes riscos, é essencial garantir uma exposição equilibrada para manter um ambiente seguro e confortável no ginásio.

### 2.6.1.3. Ambiente térmico

O ambiente térmico refere-se às condições de temperatura, humidade e circulação do ar num determinado local de trabalho, que podem afetar o organismo do trabalhador. Estas variáveis desempenham um papel importante na saúde, no bem-estar e no desempenho das tarefas diárias, podendo influenciar tanto o conforto como a produtividade. No FITTEJO o ambiente térmico é regulado através de ar condicionado (fig.6 e 7).



Figura 6 – Ar condicionado



Figura 7 – Ar condicionado

#### 2.6.1.4. Higienização

Higienização é o ato de higienizar ou de tornar limpo um ambiente, local ou superfície. Estes comportamentos são benéficos para a saúde e ajudam a prevenir doenças, mantendo assim o seu bem-estar num ambiente limpo e organizado para se poder trabalhar. No FITTEJO a higienização é feita pela empresa Atlas - produtos de limpeza e higiene (fig.8).



Figura 8 – Logo empresa de limpeza

#### 2.6.2. Segurança

A segurança no trabalho tem como objetivo proteger os trabalhadores no seu ambiente laboral, reduzindo o risco de acidentes e doenças profissionais. Entre as principais ações desta área estão a prevenção de acidentes, a promoção da saúde, a realização de formações, a elaboração de documentos técnicos e perícias trabalhistas, bem como a prestação de consultoria e assessoria. Esta área abrange vários temas, que serão apresentados a seguir.

##### 2.6.2.1. Política de segurança

A política de segurança que a FITTEJO atribuiu foram as câmaras de segurança, vários extintores distribuídos pelo ginásio, localizados nas zonas do ginásio para serem facilmente acessíveis a todos.

##### 2.6.2.4. Sinalização de segurança

O objetivo da sinalização de segurança (fig.9,10 e 11) no trabalho é simples: garantir a proteção de todos. Usando símbolos universais e cores padronizadas, a sinalização transmite mensagens claras sobre os riscos de um determinado local ou fornece informações adicionais sobre esses perigos. Em situações de emergência, esses sinais orientam as pessoas de forma segura, ajudando a manter a calma e a agir corretamente em momentos de pânico. Por isso,

esses sinais estão colocados de forma estratégica em todo o edifício. O FITTEJO possui alguns sinais de segurança ou guiam a pessoa para uma zona segura.



Figura 9 – Sinalização de extintor



Figura 10 – Sinalização de saída



Figura 11 – Sinalização de carretel de incêndio

#### 2.6.2.5. Equipamentos de Proteção Coletiva (EPC)

Os Equipamentos de Proteção Coletiva (EPC), são equipamentos utilizados de forma coletiva, destinados a proteger a saúde e a integridade física dos trabalhadores, bem como de todas as pessoas que se encontrem no interior das instalações. São exemplos o botão de alarme, o extintor (fig.12) e o carretel de incêndio (fig.13).



Figura 12 – Extintor de PO



Figura 13 – Carretel de Incêndio

#### 2.6.2.6. Ergonomia

O ginásio FITTEJO, na Moita, foi pensado para oferecer um espaço confortável e bem organizado, garantindo que os treinos sejam seguros e eficazes. Com mais de 1000 m<sup>2</sup> e cinco estúdios para aulas de grupo, há bastante espaço para treinar sem sentir que o ginásio está sobrelotado. Os equipamentos estão bem distribuídos, permitindo uma boa circulação e minimizando riscos de lesões. Além disso, há sempre *personal trainers* disponíveis para ajudar com a postura e a técnica correta nos exercícios.

## PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS?

### 3. Atividades desenvolvidas no âmbito da FCT

#### 3.1. Pesquisa de temas/conteúdos para o *blog* e sua redação

Esta atividade consistiu na identificação e seleção de possíveis temas relevantes para o *blog* da entidade. Os temas foram registados numa folha criada no *word* e partilhada com a orientadora de estágio, para posterior análise e aprovação.

Os temas finais foram enviados à orientadora, para revisão e posterior publicação no *blog* oficial do Fittejo.

##### Temas desenvolvidos para o *blog*:

- Como manter a motivação para treinar durante todo o ano;
- Guia de treino para quem tem horários complicados: como encaixar o *fitness* na rotina;
- Benefícios do exercício físico para a saúde mental: mexe o corpo, acalma a mente;
- A importância da mobilidade e flexibilidade: não é só alongar;
- Desmistificar o treino feminino: pesos não te vão deixar 'grande';
- Como escolher o melhor tipo de treino para o teu objetivo;
- Nutrição pré e pós-treino: o que comer para tirar o máximo proveito;
- Histórias de superação: membros do Fittejo que transformaram a sua vida;
- A importância do descanso: por que dormir bem também faz parte do treino;
- Como o Fittejo se adapta a pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência.

## DEVES COLOCAR ALGUNS DOS TEXTOS EM ANEXO

#### 3.2. Gravação e registo fotográfico das aulas

Esta atividade teve como objetivo documentar visualmente algumas das aulas e momentos relevantes do ginásio, através de registos fotográficos (fig.14) e videográficos. As fotografias e vídeos foram captados com recurso a um telemóvel com uma câmara de qualidade, o que permitiu uma boa qualidade de imagem, mantendo a mobilidade e discrição necessárias no ambiente. Durante a realização da atividade, foram tidos vários cuidados técnicos e éticos. A nível visual, houve preocupação com a composição da imagem, iluminação natural, ângulos de captação e enquadramento, aplicando princípios como a regra dos terços e a escolha de planos abertos ou de pormenor, conforme o contexto. Sempre que possível, foram evitados elementos de distração no fundo e procurou-se captar momentos espontâneos que ilustrassem a dinâmica das aulas.

Em termos éticos, respeitou-se o direito à imagem de todos os participantes. Apenas foram fotografadas pessoas previamente autorizadas ou imagens em que os rostos não fossem

identificáveis, optando, quando necessário, por planos focados nos materiais ou nas mãos dos intervenientes, preservando a privacidade dos envolvidos.

As imagens recolhidas quando necessário foram editadas com ferramentas disponíveis no próprio telemóvel (ajuste de brilho, corte, contraste e nitidez), e arquivadas em pastas temáticas para utilização posterior, tanto para fins de comunicação interna como para registo no portefólio do ginásio.



Figura 14 – Registo fotográfico de uma aula de bicicleta

### **3.3. Fotorreportagem e gravação da festa comemorativa dos 6 anos do ginásio FITTEJO**

Esta atividade consistiu na cobertura audiovisual (fig.15) da festa comemorativa dos 6 anos do ginásio FITTEJO, com o objetivo de registar os momentos mais importantes do evento e posteriormente criar conteúdos para divulgação nas redes sociais. A atividade incluiu tanto a captura fotográfica como a gravação de vídeos, recorrendo a um telemóvel com boa resolução, tendo sempre em consideração cuidados técnicos e éticos.

#### **Objetivos da atividade:**

- Registrar visualmente os momentos do evento;
- Produzir conteúdos para promover o ambiente e a identidade do ginásio;
- Criar material audiovisual que possa ser reutilizado em publicações futuras;
- Reforçar o envolvimento da comunidade com a marca FITTEJO.

**Preocupações e cuidados durante a atividade:**

- Autorização dos participantes: Garantia de que as pessoas que apareciam nas imagens estavam informadas e consentiram o registo e publicação;
- Respeito pela privacidade: evitar captar imagens de rostos de menores ou de pessoas que não desejassem ser fotografadas;
- Cuidado com os enquadramentos: escolha de ângulos que valorizassem o espaço, a decoração e as interações;
- Estabilidade e iluminação: garantia de boa iluminação natural e estabilidade da imagem durante a gravação;

**Meio utilizados:**

- Telemóvel pessoal com câmara de alta definição;
- Aplicação de edição para ajustes de cor, corte e montagem dos vídeos (CapCut);
- Armazenamento e organização dos ficheiros em pastas específicas para facilitar a edição posterior.

**Resultados:**

- Criação de um vídeo curto no *TikTok* com destaques do evento;
- Reforço da identidade do ginásio enquanto marca próxima, dinâmica e orientada para a comunidade;
- Aumento do envolvimento nas redes sociais com comentários positivos e partilhas.



Figura 15 – Registo fotográfico da festa comemorativa

### 3.4. Cobertura de Evento Desportivo no Parque do Moinho da Maré – Corroios

Uma das atividades realizadas durante o estágio consistiu na cobertura audiovisual de um evento desportivo promovido pelo ginásio FITTEJO, que teve lugar no Parque do Moinho da Maré, em Corroios. O evento foi aberto ao público e incluiu três modalidades distintas: Cycling, BodyCombat e RiFit, reunindo dezenas de participantes numa manhã dedicada ao exercício físico e ao ar livre. O aluno foi incumbido de gravar conteúdos para as redes sociais do ginásio, com foco na dinamização da sua imagem e envolvimento com a comunidade. A captação de imagens foi feita com recurso ao telemóvel, privilegiando planos dinâmicos, transições rápidas e enquadramentos que transmitissem a energia e o ambiente vibrante do evento. As gravações incluíram momentos-chave das três aulas, reações dos participantes e detalhes do espaço envolvente. No total, foram recolhidos cerca de 12 minutos de filmagens, que posteriormente tiveram de ser editados e condensados num único vídeo com a duração de 50 segundos, de forma a adaptar o conteúdo às exigências e dinâmicas das redes sociais. A edição foi realizada na aplicação *CapCut*, onde foram integradas músicas motivacionais, legendas e efeitos visuais, de modo a tornar o vídeo mais apelativo e captar a atenção do público. O vídeo final foi publicado na página oficial de Instagram (Fig.16) do FITTEJO, com o objetivo de promover o evento, reforçar a imagem do ginásio enquanto entidade ativa na comunidade e atrair novos seguidores através de conteúdos reais e inspiradores.



Figura 16 – Publicação no Instagram

## 4. Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no TikTok

### 4.1. Enquadramento teórico

O marketing digital está diretamente ligado à forma como as marcas se promovem no ambiente *online*, recorrendo a diferentes canais e estratégias para alcançar e fidelizar o seu público. Entre esses canais, as redes sociais desempenham um papel central, sendo o *TikTok*, atualmente, uma das plataformas com maior crescimento e impacto junto das gerações mais jovens. A gestão de uma conta de *TikTok* por parte de um ginásio insere-se numa estratégia de marketing digital, pois permite divulgar os seus serviços, atrair novos clientes e construir uma relação mais próxima com os seguidores. Esta plataforma já não é apenas vista como um espaço de entretenimento, mas como uma ferramenta de comunicação poderosa para marcas que desejam destacar-se de forma criativa, informal e autêntica. No caso específico dos ginásios, o *TikTok* pode ser utilizado para apresentar treinos, partilhar dicas de fitness e bem-estar, humanizar a marca através da apresentação da equipa técnica, ou até promover campanhas e promoções especiais. Ao adotar este tipo de comunicação digital, a marca reforça a sua presença no mercado, projetando uma imagem atual e acessível e diferencia-se da concorrência. A importância desta estratégia reside no impacto que tem na perceção do público desde uma presença ativa e estratégica no *TikTok* que contribui para aumentar a notoriedade do ginásio, gerar envolvimento com a comunidade e conquistar a atenção de potenciais clientes. A utilização eficaz desta rede pode ser determinante para transformar um ginásio local numa marca reconhecida e comentada na comunidade.

### 4.2. Fundamentação do projeto

A escolha de assumir a gestão da conta do *TikTok* da entidade como tema de Prova de Aptidão Profissional revela-se pertinente e alinhada com as exigências atuais do mercado, onde as redes sociais assumem um papel determinante na comunicação das organizações. O *TikTok*, em particular, emergiu como uma plataforma estratégica para marcas que pretendem comunicar com autenticidade, criatividade e impacto. Este projeto está diretamente relacionado com a área de formação do curso exigindo a aplicação de competências técnicas e criativas, como a definição de estratégias de conteúdo, o desenvolvimento da identidade digital da marca, a gestão de comunidades online e a análise de métricas de desempenho. Para além disso, este trabalho representa uma oportunidade concreta de aplicar conhecimentos em contexto real, respondendo às necessidades de uma entidade e acompanhando as tendências emergentes da comunicação digital. A criação de conteúdos originais e interativos no *TikTok* não só potencia a visibilidade do ginásio, como também fortalece a sua ligação com os atuais clientes e aumenta o seu alcance junto de novos públicos, especialmente para os mais jovens. Assim, a fundamentação do projeto assenta na

relevância da comunicação digital no setor do *fitness* e na capacidade do *TikTok* de gerar envolvimento com a marca, contribuindo para o crescimento, a modernização e o posicionamento no mercado.

### 4.3. Cronograma

<b>Etapas</b>	<b>SEM 1</b>	<b>SEM 2</b>	<b>SEM 3</b>	<b>SEM 4</b>	<b>SEM 5</b>	<b>SEM 6</b>	<b>SEM 7</b>	<b>SEM 8</b>	<b>SEM 9</b>	<b>SEM 10</b>	<b>SEM 11</b>	<b>SEM 12</b>	<b>SEM 13</b>
Escolha do tema do projeto e respetivos objetivos	■	■											
Pesquisa e recolha de informações			■	■	■	■	■						
Criação e planeamento de conteúdos			■	■	■	■	■	■					
Execução e publicação de conteúdos					■	■	■	■	■	■	■		
Monitorização contínua				■	■	■	■	■	■	■	■		
Apresentação de resultados finais												■	

Figura 16 – Cronograma

### 4.4. Etapas de Desenvolvimento

O projeto “Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no TikTok” insere-se na área da Comunicação e Marketing Digital e foi desenvolvido no contexto da Prova de Aptidão Profissional, em articulação com a entidade de estágio. Tem como principal objetivo aplicar estratégias de comunicação para fortalecer a presença do ginásio na rede social *TikTok*, potenciando a sua imagem e visibilidade junto dos públicos mais jovens e digitalmente ativos. Esta proposta surge da observação da crescente importância das redes sociais, especialmente do *TikTok*, como ferramentas de divulgação e envolvimento direto com os consumidores. Através de conteúdos criativos, acessíveis e autênticos, pretende-se criar uma ligação mais próxima entre o ginásio e o seu público-alvo, ao mesmo tempo que se promove a identidade e os serviços da entidade.

O projeto desenvolveu-se em torno de seis etapas, descritas a seguir:

#### **4.4.1. Escolha do Tema e Definição de Objetivos**

A fase inicial consistiu na definição do tema da PAP e dos objetivos específicos da estratégia digital. Após diálogo com a orientadora da entidade e análise do contexto, concluiu-se que a presença do ginásio no *TikTok* era praticamente inexistente. Assim, definiu-se como principal meta estruturar, dinamizar e monitorizar uma estratégia de comunicação eficaz nesta plataforma.

Os objetivos delineados foram:

- Criar uma presença digital ativa e atrativa no *TikTok*;
- Desenvolver conteúdos originais adaptados ao perfil do público-alvo;
- Aumentar a interação com seguidores e potenciais clientes;
- Medir o impacto dos conteúdos através de indicadores de desempenho.

#### **4.4.2. Pesquisa e Recolha de Informações**

Esta etapa teve como base um estudo das atividades atuais do ginásio nas redes sociais, com foco especial no *TikTok*. Foram identificadas boas práticas, como a utilização de vídeos com música e dinamismo, e lacunas a corrigir, tais como a irregularidade nas publicações, a ausência de uma identidade visual consistente e a falta de conteúdos que promovam a interação com os seguidores.

Seguidamente, foi realizada uma análise aprofundada do *TikTok*, que incluiu:

- O estudo de tendências e formatos populares na área do *fitness*, como vídeos curtos com treinos rápidos, desafios e transformações físicas;
- A identificação dos tipos de conteúdos mais valorizados, como bastidores das aulas, momentos espontâneos, vídeos motivacionais e conteúdos em tom de humor;
- Uma análise do comportamento dos utilizadores, que revelou a predominância de um público jovem-adulto, ativo e interessado em dicas práticas, desafios virais e rotinas autênticas de treino.

Com base nesta análise, foram definidos os seguintes objetivos operacionais para a presença do ginásio no *TikTok*:

- Criar e publicar pelo menos três vídeos por semana;
- Explorar diferentes tipos de conteúdo (informativo, motivacional, humorístico);
- Monitorizar o crescimento da conta, com especial atenção ao número de seguidores, visualizações e interações (gostos, comentários e partilhas).

### 4.4.3. Criação do Plano de Publicações

Com os objetivos definidos, iniciou-se o planeamento estratégico das publicações, com base em estudos sobre os melhores horários e dias para publicar no *TikTok*. Diversas fontes, incluindo relatórios da plataforma, permitiram concluir que os períodos com maior número de visualização são:

- segunda-feira: 12h e às 16h
- terça-feira: 9h, 13h e 18h
- quarta-feira: 11h, 15h e 19h
- quinta-feira: 12h, 16h e 20h
- sexta-feira: 13h, 17h e 21h
- sábado: 10h, 14h e 19h
- domingo: 9h, 12h e 20h

A partir destes dados, foi criado um planeamento mensal (fig.17), que organizava os temas e tipos de vídeos a publicar. O plano incluía rubricas como:

- Dia da Criança;
- Dia do Ambiente;
- Dia de Portugal.

#### Planeamento do mês de Junho

1 junho- Dia da criança,

- Perguntar ao staff, "O que querias ser quando eras criança? / E se fazias algum desporto quando eras criança?"

3 junho- Vídeo da Nutricionista (parte 2)

5 junho- Dia do Ambiente

- Mostrar 5 exercícios que podem fazer ao ar livre.

7 junho- Fazer um challenge com os sócios do "Eu nunca..."

- "Eu nunca disse ter uma lesão para não treinar"
- "Eu nunca cheguei atrasado"

10 junho- Dia de Portugal

- Perguntar aos Staff/Sócios para completar a frase, "Português que é português..."

13 junho- Desafio do mês

Desafiar alguns pt's a fazer burpees durante 30 segundos e ver quem faz mais.

16 junho- Explicações de Máquinas

- Com a pt Sara Monteiro, de preferência glúteos

18 junho- "Qual é o teu porquê?" – Vox pop com os sócios

Pergunta a vários sócios:

- "Por que vens treinar?"
- "O que te motiva a não desistir?"

20 junho- Treino completo para fazer na praia para preparar o verão.

23 junho- Competição de força

- Vídeo parecido com o do Rui e do Diogo, mas desta vez com mulheres.

25 junho- Pergunta aos pt's

- Perguntar aos pt's, "Qual foi a pior desculpa que já ouviste para virem treinar"

27 junho- Caixa surpresa do PT"

Colocar papéis com exercícios dentro de uma caixa

- Sócio/Staff tira e faz o que sair (ex: 30 agachamentos)

30 junho- Trend

- Ver na última semana de maio e primeira de junho uma trend.

Figura 17 – Plano Mensal de junho

#### 4.4.4. Criação e Publicação de Conteúdos

Com o plano de publicações delineado, iniciou-se a fase de produção de conteúdos, utilizando o telemóvel como ferramenta principal de gravação, dada a sua mobilidade e facilidade de utilização em diferentes espaços do ginásio. Para a edição dos vídeos, recorreu-se à aplicação *CapCut*, que permitiu incorporar músicas virais, legendas dinâmicas, efeitos de transição e ajustes de ritmo, otimizando os vídeos para o algoritmo do *TikTok*.

Foram criados vários vídeos com diferentes objetivos e formatos, sendo que os três com maior número de visualizações foram os seguintes:

##### 4.4.4.1. “Apresentação do novo estagiário no FITTEJO”

- **Descrição:** este vídeo introduz, de forma leve e divertida, a chegada do novo estagiário ao ginásio. O conteúdo começa com uma breve apresentação do estagiário.
- **Objetivo:** apresentar o novo estagiário de forma informal e criar empatia com os seguidores, humanizando a equipa.
- **Técnica:** uso de música viral de fundo, legendas com humor e cortes rápidos que tornam o vídeo envolvente.
- **Resultados:** 2.452 visualizações, 45 gostos, 86 partilhas. (fig.18)



Figura 18 – Resultados do *tiktok* de apresentação

#### 4.4.4.2. “Competição de Cargas”

- **Descrição:** neste vídeo, dois *Personal Trainers* do ginásio são desafiados a levantar cargas crescentes em máquinas de treino. A dinâmica competitiva é gravada com cortes rápidos e expressões faciais.
- **Objetivo:** estimular o espírito de equipa e demonstrar a força e técnica dos profissionais do ginásio, promovendo-os como exemplos para os utentes.
- **Técnica:** combinação de som de suspense.
- **Resultados:** 1.061 visualizações, 23 gostos, 3 partilhas (fig.19).



Figura 19 – Resultados do *tiktok*

#### 4.4.4.3. “Conciliar o Trabalho com os Treinos”

- **Descrição:** entrevistas rápidas com membros da equipa do FITTEJO, em que respondem, de forma descontraída, à pergunta: “*Quantas horas trabalhas?*”, “*Treinas depois do trabalho?*” e “*Qual o melhor conselho que podes dar?*”. O vídeo apresenta várias perspetivas, destacando a importância da organização de pessoal e da motivação.
- **Objetivo:** transmitir mensagens inspiradoras e realistas, reforçando a ideia de que todos conseguem encaixar o treino na rotina.
- **Técnica:** estilo planos médios e legendas em destaque para cada resposta.
- **Resultados:** 1.440 visualizações, 35 gostos, 45 partilhas (fig.20).



Figura 20 – Resultados do *tiktok* da conciliação de trabalho

#### 4.4.4.4. “Ginásio é a tua terapia- Mostrar a evolução do humor”

- **Descrição:** mostra uma pessoa que entra no ginásio stressada e sai mais leve e bem-disposta.
- **Objetivo:** demonstrar os benefícios psicológicos do treino e como o ginásio pode melhorar o estado de espírito.
- **Técnica:** plano sequência simples, com expressão facial antes/depois, música emocional e legenda curta.
- **Resultados:** 456 visualizações, 16 gostos, 0 partilhas (Fig.21).



Figura 21 – Resultados do *tiktok* Ginásio é a tua terapia

#### 4.4.4.5. “O que comer antes de um treino”

- **Descrição:** a nutricionista do FITTEJO dá orientações simples sobre o que comer antes do treino.
- **Objetivo:** ajudar os seguidores a adotarem hábitos alimentares adequados para melhorar o desempenho nos treinos.

- **Técnica:** Plano médio, com fala direta para a câmara, legendas destacadas e música leve de fundo.
- **Resultados:** 455 visualizações, 13 gostos, 2 partilhas (Fig.22).



Figura 22 – Resultados do *tiktok*  
O que comer antes de um treino

#### 4.4.4.6. 5 Tipos de pessoa no *ginásio*

- **Descrição:** representação humorística de cinco perfis comuns que se encontram no ginásio.
- **Objetivo:** criar uma identificação e entretenimento entre os seguidores, destacando hábitos típicos.
- **Técnica:** estilo *sketch* com planos variados, transições rápidas e legendas a destacar cada tipo.
- **Resultados:** 802 visualizações, 20 gostos, 0 partilhas (Fig.23).



Figura 23 – Resultados do *tiktok* 5 pessoas no ginásio

#### 4.4.4.7. Desafio dos Abdominais

- **Descrição:** vídeo gravado no ginásio FITTEJO onde dois membros da equipa competem para ver quem consegue manter a posição de abdominal por mais tempo, de forma divertida e motivadora.
- **Objetivo:** estimular a participação em desafios fitness e mostrar o espírito descontraído, competitivo e saudável.
- **Técnica:** planos médios e *close-ups*, com música de fundo dinâmica, legendas apelativas e corte rápido entre planos para aumentar o ritmo.
- **Resultados:** 3405 visualizações, 48 gostos, 7 partilhas (Fig.24).



Figura 24 – Resultados do *tiktok* Desafio dos Abdominais

Todos os vídeos foram otimizados com descrições apelativas, *hashtag* específicas como #éporti, #fittejo, #setubal, #corroios, #moita e #fyp, de forma a maximizar o alcance orgânico. A seleção de músicas virais e o foco em temas próximos da realidade dos utentes contribuíram para um maior envolvimento com os conteúdos.

#### 4.4.5. Monitorização Contínua

A performance dos conteúdos publicados foi monitorizada de forma semanal através das ferramentas analíticas do próprio *TikTok*, com o objetivo de ajustar estratégias, compreender preferências do público e melhorar os resultados ao longo do tempo.

Indicadores analisados:

- **Número total de visualizações (de xx de março a xx de junho): xxx visualizações**
- **Vídeo mais visto: “xxxx” com xxx visualizações**
- **Número médio de gostos por vídeo em 60 dias: xxx gostos**
- **Total de gostos nos vídeos publicados: xxx gostos**
- **Total de comentários recebidos em 60 dias: xxx comentários**
- **Total de partilhas em xx dias: xxx**
- **Crescimento do número de seguidores em xx dias: xx**

#### Análise e Ações Corretivas:

- **Formatos com maior retorno:** vídeos com participação da equipa e humor leve que mais visualizações e partilhas geraram, Ex:
- **Hashtags com melhor desempenho:** #fyp, #fittejo, #setubal #moita, #corroios e #éporti destacaram-se como as mais eficazes nas publicações.
- **Melhores horários identificados:** publicações feitas entre 12h e 14h nos dias úteis e ao sábado de manhã registaram maior envolvimento.
- **Público-alvo mais ativo:** utilizadores entre 18 e 35 anos, com especial incidência nas zonas da Margem Sul (Moita, Seixal, Almada e Setúbal).

Esta análise permitiu ajustar a linguagem, tornando os vídeos mais espontâneos e apelativos, e apostar em conteúdos participativos, como desafios com o staff ou momentos “por trás das câmaras”. A monitorização contínua foi essencial para garantir coerência na estratégia digital e assegurar que os objetivos de crescimento da presença do ginásio no *TikTok* fossem cumpridos de forma sustentável.

#### 4.4.6. Apresentação de Resultados Finais

No final do projeto, foram reunidos os principais dados para avaliação:

- A conta do ginásio ganhou mais **XXX**;
- O vídeo com maior impacto ultrapassou as **xxx** visualizações;
- O ginásio passou a integrar o *TikTok* na sua estratégia de comunicação, com maior confiança e consciência das suas potencialidades.

Este projeto revelou-se uma experiência prática enriquecedora, aliando as competências técnicas (edição de vídeo, redação de *copy*, análise de métricas) às competências estratégicas (planeamento, comunicação digital e gestão de redes sociais), num contexto real e com resultados mensuráveis.

#### 4.5. Análise crítica global da execução do projeto

A execução do projeto “Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no *TikTok*” revelou-se um desafio exigente, mas extremamente enriquecedor, tanto a nível pessoal como profissional. Desde o momento da definição do tema até à apresentação dos resultados, todas as etapas exigiram planeamento, adaptação constante e tomada de decisões baseadas em observação, análise e criatividade. Um dos pontos mais positivos foi a possibilidade de aplicar conhecimentos adquiridos ao longo do curso num contexto real, onde cada ação teve impacto direto na comunicação da entidade. A criação de conteúdos, a análise de métricas e a adaptação da linguagem e formatos às características do público-alvo contribuíram para um crescimento visível da presença digital do ginásio e para o desenvolvimento de competências fundamentais em marketing digital e gestão de redes sociais. Apesar dos resultados positivos, também se identificaram desafios relevantes, nomeadamente a dificuldade em manter uma produção regular de conteúdos com recursos limitados e a necessidade de conciliar o ritmo da criação com as dinâmicas e rotinas internas do ginásio. Além disso, foi necessário ajustar estratégias de forma contínua, com base na análise dos dados obtidos, o que exigiu flexibilidade e capacidade de resposta rápida. No geral, o projeto demonstrou a importância de uma presença digital bem estruturada, especialmente em plataformas como o *TikTok*, onde a autenticidade, consistência e criatividade são fatores-chave para o sucesso. A experiência permitiu não só contribuir para a modernização da comunicação do ginásio, mas também consolidar aprendizagens e adquirir uma maior autonomia e sentido crítico na gestão de projetos de comunicação. Em síntese, o projeto cumpriu os objetivos traçados, com impacto visível e aplicabilidade prática, representando uma mais-valia para a entidade e uma experiência formativa marcante para a minha evolução profissional.

## 5. Conclusão

O projeto “Estratégia Digital para o Crescimento do Ginásio no *TikTok*” permitiu comprovar a relevância das redes sociais, em especial do *TikTok*, como ferramenta essencial na comunicação moderna de marcas. Ao longo das várias etapas, foi possível aplicar conhecimentos técnicos e estratégicos adquiridos durante o curso, contribuindo para reforçar a presença digital do ginásio e aumentar o envolvimento com o seu público-alvo.

A experiência revelou-se enriquecedora, tanto pelo impacto gerado na entidade de estágio, como pelo desenvolvimento pessoal e profissional proporcionado. Através da criação de conteúdos originais, análise de resultados e constante adaptação, o projeto demonstrou a importância de uma abordagem criativa, autêntica e planeada no marketing digital.

Conclui-se que, com os recursos certos e uma estratégia bem definida, é possível transformar a comunicação de uma marca local, aproximando-a do seu público e destacando-a num ambiente cada vez mais competitivo e digital. Este projeto representa, assim, uma base sólida para futuros desafios na área da comunicação e marketing.

## **Bibliografia**

Escola Profissional de Setúbal (2024). *Regulamento Específico do Estágio e da Prova de Aptidão Profissional.*

## **Anexos**

Anexo 1 -

Anexo 2 -

Anexo 3 -

## **Anexo 1**