

PRÊMIO JATOBÁ 2025 | FICHA TÉCNICA ORGANIZAÇÃO: LEMA

1. Tipo de Organização:

Agência Boutique

2. Título do Case:

Marcha das Minas 2025: um movimento de Strava pelas mulheres no esporte

3. Sinopse:

No Brasil, milhares de mulheres ainda abrem mão do esporte para atender às pressões da rotina doméstica e social. Entendendo sua responsabilidade social como principal aplicativo de atividades físicas do mundo, o Strava criou a Marcha das Minas: mais do que um treino ou uma corrida, um verdadeiro manifesto pelo direito das mulheres de ocupar as ruas através do esporte.

4. Estrutura do case:

CENÁRIO

O *Year in Sport*, relatório anual do Strava, mostrou que 29% das brasileiras veem a falta de flexibilidade na agenda como um obstáculo para se manterem ativas. A mesma pesquisa também revelou que as corridas e pedaladas têm 40% mais chances de ocorrerem em ambientes fechados entre as mulheres do que entre os homens.

Os dados são um reflexo da insegurança das mulheres em se exercitarem nas ruas, além da dificuldade em priorizar a atividade física versus a rotina doméstica e a pressão social que o público feminino historicamente enfrenta.

TENSÃO

As mulheres deixam de praticar atividade física pela falta de segurança e dificuldade de priorização na rotina.

INSIGHT

Incentivar mulheres de todo Brasil a praticarem esporte através de encontros que valorizam a coletividade e a sororidade entre formadoras de opinião e influenciadoras relevantes nesse universo.

BIG IDEA

Strava criou a Marcha das Minas, um movimento de conexão e empoderamento feminino em torno de treinos coletivos exclusivos para mulheres. O evento aconteceu no mês de março, mês internacional da mulher, um momento simbólico e relevante para promover reflexão, discussão e transformação.

Objetivo do PR:

Unir mulheres influenciadoras e promover conexões entre elas no evento da marca, gerando conscientização e engajamento com a comunidade Strava, promovendo a Marcha das Minas como um marco anual importante.

MECÂNICA

- **Pré-evento:**

03 a 17 de março

Mapeamento de influenciadoras, creators e KOLs para participarem do evento. Foram 45 influenciadoras/creators convidadas.

- **No dia do evento:**

21 de março

O evento aconteceu na Pinacoteca São Paulo e começou com entrega de press kit especial com a Adidas, uma das marcas parceiras da ação. O kit contava com camiseta exclusiva da ação e o novo tênis Supernova Rise 2 para todas as participantes usarem durante a corrida. Na sequência, um café da manhã especial em parceria com a marca de suplementos Plant Power.

Porta vozes da marca fizeram um discurso para as convidadas, contando um pouco mais sobre o propósito do evento. Além disso, aproveitaram a oportunidade para anunciar em primeira mão uma nova funcionalidade dentro do aplicativo: a função de stickers do Strava para Instagram. As convidadas puderam utilizá-lo durante a atividade.

As atividades começaram no Parque Jardim da Luz com uma corrida guiada democrática de 3,5 km liderada pelas treinadoras Renata Correia e Jenifer Bertelli. Durante a atividade, energia alta e muita segurança para todas as mulheres.

Após a sessão de treinamento, as influenciadoras foram recebidas com um *brunch* especialmente preparado pela chef Cafira Foz no Fitó Luz. Durante o encontro, Cafira traçou um paralelo entre o ato de correr nos esportes e a constante “corrida” presente no dia a dia das mulheres.

Para encerrar com chave de ouro, uma visita guiada conduzida por Pollyana Quintella, curadora da Pinacoteca, que apresentou aos participantes obras selecionadas do acervo do museu, com destaque para pinturas exclusivamente feitas por artistas brasileiras.

- **Pós-evento**

A marca contou com um número grandioso de publicações orgânicas do evento. Foram 580 posts que movimentaram as redes sociais e elevaram a percepção de Strava como marca genuinamente comprometida com a presença de mais mulheres no esporte.

PRINCIPAIS RESULTADOS* - INFLUÊNCIA

45 influenciadoras e convidadas presentes (presença de 100% do mailing convidado)

580 publicações orgânicas em redes sociais
10,6M de Alcance Potencial
758,652 views no instagram

PRINCIPAIS RESULTADOS - PRESS

Não se aplica

CONCLUSÃO

A Marcha das Minas tangibilizou o compromisso de Strava com o esporte e com as mulheres, ressaltando seu direito de praticar esportes em segurança nos espaços públicos. Mais do que uma ação pontual, o movimento criou um ambiente coletivo e acolhedor para que mais mulheres se sintam encorajadas a priorizar a prática de exercícios em suas rotinas. Ao unir influenciadoras e formadoras de opinião em um mês simbólico, promovemos visibilidade ao tema e fortalecemos a comunidade em torno da potência das trocas femininas, destacando a marca como plataforma de conexão em torno da atividade física.

5. Cronograma do Case:

03 a 17 de março:

Pré-evento

Mapeamento de influenciadoras, creators e KOLs para participarem do evento.

Foram 45 influenciadoras/creators convidadas.

21 de março:

Dia do evento

Recepção, engajamento e cobertura da ação.

21 a 25 de março:

Pós-evento

Conteúdo residual.