Informe uso Web y Redes Sociales en el Fitness en España 2018

La consultoría deportiva Valgo, en colaboración con la Universidad de Sevilla y la Agencia para la gestión, investigación e innovación en servicios deportivos (AGIISD), han elaborado y publicado la cuarta edición del **Informe sobre la utilización de la web y las redes sociales en la industria del fitness en España**, en el que One Drop colabora como Media Partner.

Los objetivos planteados para este estudio han sido: analizar la utilización de la web y de las redes sociales, determinar cuáles son las redes sociales utilizadas en el sector, identificar el *engagement* en las dos redes sociales más utilizadas, Facebook y Twitter, y realizar una comparación de los resultados obtenidos con estudios anteriores.

Los principales titulares del informe son los siguientes:

- **Un 85,12% de los centros fitness tienen Fanpage en Facebook, que se mantiene como red social más utilizada**
- **Disminuye en un 5% el número de centros fitness que utilizan su propia web corporativa**
- **Instagram desbanca a YouTube como la tercera red social más utilizada en centros Fitness (45,58% de los centros)**

En este estudio se puede consultar también qué empresas cuentan con un mayor *engagement,* o grado de interacción de los usuarios con la marca, tanto en **Facebook** como en **Twitter**.

Los resultados obtenidos en esta edición muestran que el 83,26% de las 215 empresas analizadas utiliza su propia web corporativa, en comparación con el 88,79% de la edición 2017. En cuanto a las redes sociales utilizadas, destaca con un 85,12% el uso de Facebook en los centros analizados, Twitter (57,7%, en comparación con el 60,78% obtenido en 2017) e Instagram, que aumenta desde un 42,67% 2016 hasta un 45,58%, situándose como la tercera red social más utilizada por los centros fitness españoles, desbancando así a Youtube.

En esta imagen se puede observar el % del uso de web y redes sociales por parte de las 215 empresas analizadas.

Image not found or type unknown

En este estudio se puede consultar también qué empresas cuentan con un mayor *engagement*, o grado de interacción de los usuarios con la marca, en las diferentes redes sociales.

De los perfiles activos, Instagram es la red social que ha proporcionado un mayor Engagement, seguida de Facebook y Twitter.

Image not found or type unknown

Puedes descargar el informe completo <<< aquí >>>

Link to Original article: https://www.manelvalcarce.com/blog/informe-uso-web-y-redes-sociales-en-el-fitness-en-espana-2018?elem=90274