

## 4º Informe Uso Web y Redes Sociales en Fitness 2018



Seleccione Municipio

Seleccione Provincia

Seleccione Diputación

Acceso Club

Actualidad	Actividades	Bolsa de empleo	Colaboraciones	Contacta	Deportademadrid	Deportistas	Documentación	EGC
Empresas del deporte	Enlaces	Entrevistas	Formación	Multimedia	Municipios	Nombramientos	Anúnciate	Radio Marca

Andalucía Aragón Asturias Baleares C. La Mancha C. y León Canarias Cantabria Cataluña Ceuta Extremadura Galicia La Rioja Madrid Melilla Murcia Navarra País Vasco Valencia

Miércoles, 24/10/2018

Consultoría Valgo, Universidad de Sevilla y AGIISD

22/10/2018

### 4º Informe sobre uso de web y redes sociales en fitness en España 2018

La consultoría deportiva Valgo, junto a la Universidad de Sevilla y la Agencia para la gestión, investigación e innovación en servicios deportivos, ha elaborado la 4ª edición del Informe sobre la utilización de la web y las redes sociales en la industria del fitness en España. Facebook es la red social más utilizada e Instagram supera ya a Youtube.

Los objetivos planteados para este nuevo trabajo 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.

Las conclusiones muestran que el 83,26% de las 215 empresas evaluadas utiliza su propia web corporativa, en comparación con el 88,79% de 2017, lo que supone una reducción del 5%.

En cuanto a las redes sociales utilizadas, destaca con un 85,12% el uso de Facebook, manteniéndose como la red social más utilizada. Twitter ha obtenido un 57,7%, en comparación con el 60,78% de 2017 y, por su parte, Instagram, ha aumentado desde un 42,67% en 2016, hasta un 45,58%, situándose como la tercera red social más utilizada por los centros fitness españoles, desbancando así a Youtube.

Hasta un 52,56% de las empresas del sector utilizan Facebook y Twitter conjuntamente, frente al 42,79% que utilizan Facebook e Instagram. Asimismo, hasta un 32,09% utilizan las tres plataformas. Además, el promedio de las Fanpage de Facebook resultante de las empresas analizadas es de 25.894,97 fans y, en Twitter, la empresa con mayor número de seguidores alcanza los 10.422. El promedio obtenido en esta red social es de 1.615,97 seguidores por perfil corporativo de las empresas analizadas, mientras que el promedio de Instagram es de 3.536,69 seguidores, siendo de 48.942 el centro con mayor número de seguidores.

Respecto a las entidades que cuentan con un mayor engagement, o grado de interacción de los usuarios con la marca, son, en Facebook: Basic Fit (249,3), Centro Atlas (73,5) y Etvan Fitness (58,3), según la medida propuesta por RivallQ; y, según la medida de AgoraPulse, el Centro Atlas (13,8), Top Health (8) y Onfitness (7). En Twitter, según RivallQ, las empresas con mayor engagement son: Go Fit (14,9 y 14,8, respectivamente), Postural Fit (7 en ambas medidas) y Dream Fit (6,3 y 6,0); y mediante AgoraPulse, son el centro Postural Fit (13,5), seguido de CET10 (9,3) y Reto 48 (6,1). Finalmente, en Instagram, las empresas con un mayor engagement son: Go Fit (5.747,00), Basic Fit (571,5) y Bfit Ibiza (541,6) según RivallQ; y Onfitness (86,1), Go Fit (79,9) y Espaiqua (63,8), según AgoraPulse.

Para acceder al estudio, pinche [aquí](#).

[Munideporte.com](http://Munideporte.com)



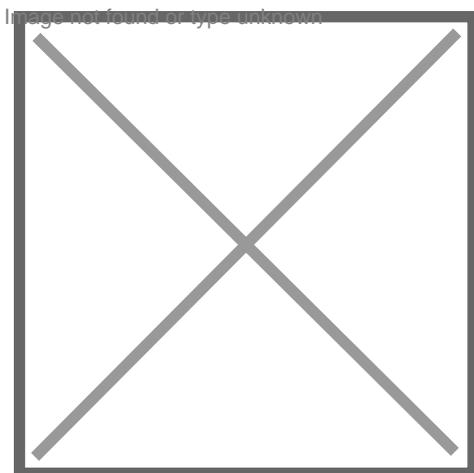
Presentamos el 4º Informe sobre uso de la Web y las Redes Sociales en la Industria Fitness en España en 2018. El presente estudio se basa en las empresas pertenecientes al código "CNAE 9313 – Actividades de los gimnasios" y, en las empresas

con mayor facturación pertenecientes al código “CNAE 9311 – Gestión de instalaciones deportivas” que corresponden al sector del fitness en España y, con las cuales se pretende abordar los siguientes objetivos: 1. Analizar la utilización de la web y de las redes sociales. 2. Determinar cuáles son las redes sociales utilizadas en el sector. 3. Identificar el Engagement de las dos redes sociales más utilizadas. 4. Realizar una comparación de los resultados obtenidos con estudios anteriores. 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. Por su parte, el promedio de seguidores de las fanpage de Facebook resultante de las empresas analizadas es de 25.894,97 fans, aglutinando la empresa con más fans un total de 478.441 fans. En Twitter, la empresa con más seguidores alcanza los 10.422 fans, siendo el promedio de 1.615,97 seguidores. Y el promedio de seguidores de Instagram se sitúa en 3.536,69 fans, teniendo la empresa con más seguidores un total de 48.942. [contact-form-7 id="9751" title="Informe Redes 2018"]

## **PUBLICACIONES EN PRENSA**

Mostramos una muestra de la repercusión del informe en medios del sector y

económicos. Image not found or type unknown



CMD Sport

Munideporte

**Link to Original article:** <https://www.valgo.es/blog/4o-informe-uso-web-y-redes-sociales-en-fitness-2018?elem=175324>