



INFORME 2019

LA UTILIZACIÓN DE LA WEB Y LAS REDES SOCIALES EN LA INDUSTRIA DEL FITNESS EN ESPAÑA

Autores

Lucía Herrera Torres, Fernando Pérez Tur, Manel Valcarce Torrente, Luis Flores González, Jerónimo García-Fernández



Gestión e Innovación en Servicios Deportivos,
Ocio, Recreación y Acción Social

G I S D O R A S



Agencia para la Investigación, Investigación e
Innovación en Servicios Deportivos

Departamento de Educación Física y Deporte / jeronimo@us.es

Colaborador:  www.valgo.es

Media Partner: **INSTALACIONES DEPORTIVAS** **HOY**

ÍNDICE

03 INTRODUCCIÓN

04 OBJETIVOS

05 METODOLOGÍA

08 RESULTADOS

28 CONCLUSIONES

29 LIMITACIONES

30 BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN

Autores:



Colaborador:



Media Partner:



3

De acuerdo con Kapoor et al. (2018), los medios sociales se componen de varias plataformas dirigidas por el usuario que facilitan la difusión de contenido atractivo, la creación de diálogo y la comunicación a un público más amplio. Son esencialmente un espacio digital creado por las personas y para las personas, y proporciona un entorno propicio para que se produzcan interacciones y redes de contacto a diferentes niveles, como por ejemplo, nivel personal, profesional, comercial, de marketing, político o social.

Conrad y Allen (2013) afirmaban que las redes sociales son una gran herramienta de marketing para las empresas relacionadas con el fitness, de hecho, diferentes trabajos académicos proponen a Facebook o Instagram como herramientas para promocionar sus servicios y productos.

Igualmente, las redes sociales que de acuerdo con el informe IAB Spain y Elogia (2019), se mantienen con buen rendimiento en nuestro país con un 85% de tasa de penetración entre la población de 16 a 65 años, ayudan a promocionar y concienciar a la población sobre los beneficios de la actividad física, por lo que las empresas vinculadas a la industria del fitness pueden utilizarlas en pro de captar y fidelizar a sus clientes. En este sentido, Williams y Chinn (2010) proponían que las redes sociales son uno de los medios actuales con mayor potencial para comunicarse y relacionarse con los clientes, por lo que su utilización se postula de extrema importancia en un mercado altamente relacional y experiencial.

Por estas razones, son un canal ideal para mejorar el posicionamiento en internet, atraer tráfico a las páginas web o aumentar los canales de comunicación con los usuarios entre otros múltiples beneficios. En este sentido, un 55% de los usuarios suele buscar información en alguna red social antes de realizar sus compras por internet, mientras un 52% declara haber sido influido por las redes sociales en su decisión de compra (IAB Spain, 2019).

López-Carril, Villamón y Añó (2019) indican que en el ámbito de la gestión deportiva, los medios sociales están desempeñando actualmente un papel cada vez más relevante en el día a día de clubes, atletas, federaciones, empresas, investigadores, etc.

En concreto en la industria del fitness en España, Herrera-Torres, Pérez-Tur, Valcarce-Torrente y García-Fernández (2019) encontraron que Facebook sigue siendo la red social con mayor presencia de empresas del sector del fitness en España, y que ha alcanzado una etapa de madurez, ya que, durante los últimos tres años, los datos a penas han variado. Por su parte, Twitter ocuparía la segunda posición, no obstante, el uso de dicha red social está disminuyendo año tras año, todo lo contrario a Instagram, que ocupa la tercera posición desbancando a YouTube, y que está experimentando un crecimiento exponencial durante los últimos años.

Por tanto, el estudio de las redes sociales en el sector del fitness, es de interés para aportar conocimiento de cómo evoluciona la presencia de estas herramientas de comunicación, pero, sobre todo, para saber el compromiso (engagement) que producen en sus usuarios. Su importancia recae en que el Engagement podría ser un indicador de la facturación de los centros de fitness (García-Fernández, Elasri-Eijaberi, Pérez-Tur, Triadó-Ivern, Herrera-Torres, y Aparicio-Chueca, 2017).

OBJETIVOS

El presente estudio se basa en el análisis de 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:

Autores:



Colaborador:



Media Partner:



Determinar cuáles son las redes sociales utilizadas en el sector.

Realizar una comparación de los resultados obtenidos con estudios anteriores.

Analizar la utilización de la web y de las redes sociales.

Identificar el Engagement de las dos redes sociales más utilizadas.

METODOLOGÍA

Autores:



Para conseguir los objetivos planteados, se analizan las empresas recogidas en el código “CNAE 9313 – Actividades de los gimnasios” y, de las empresas con una mayor facturación registradas en el código “CNAE 9311 – Gestión de instalaciones deportivas” (datos obtenidos mediante SABI).

Los criterios de inclusión para el análisis con que las empresas de ambos registros deben contar con un mínimo de 5 empleados, operar en España, pertenecer al sector de los centros fitness y, no estar en proceso de disolución o extintas. Además, de las empresas del código CNAE 9311, se contabilizan únicamente las cinco primeras empresas del sector que cuentan con una mayor facturación. Asimismo, aquellas empresas que pertenecían a una misma cadena de centros fitness han sido unificadas.

Tras analizar los datos recogidos de SABI, de los 360 resultados de empresas pertenecientes al código CNAE 9313 se redujo la muestra de estudio a 191 empresas. Finalmente y, tras incluir aquellas empresas adscritas al código CNAE 9311, la muestra analizada fue de 196 empresas. La recogida de los datos descriptivos se efectuó en 7 días comprendidos entre el día 2 y 9 de octubre de 2019.

Dado que en varias ocasiones el nombre fiscal que se muestran en la base de datos SABI no

coincide con el nombre comercial de las empresas a analizar, para identificarlas fue necesario consultar páginas web, contactar con los directivos y/o responsables de las empresas y, utilizar diferentes páginas especializadas del sector donde se podía recabar información al respecto. Se analizó la utilización de la web (página web corporativa) así como las redes sociales que utilizan cada una de las cadenas/centros de fitness. Una vez finalizado el análisis, se analizó el número total de redes sociales utilizadas por dichas empresas y, se identificaron las redes sociales más utilizadas en el sector. Todos los datos recabados se iban añadiendo a una plantilla de observación constituida por cada uno de los factores necesarios para, posteriormente, ser analizados.

Finalmente, se procedió a analizar el Engagement de aquellas cadenas/centros que disponían de un perfil corporativo en las redes sociales más usadas en el sector mediante la utilización de los siguientes instrumentos:

Colaborador:



Media Partner:



METODOLOGÍA

La medida de Oviedo-García, Muñoz-Expósito, Castellanos-Verdugo y Sancho-Mejías (2014) y adaptada recientemente en el sector del fitness por García-Fernández et al. (2017):

$$\text{Engagement on Facebook} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}}{\text{Number of Posts}}$$

Igualmente, esta última fórmula también se ha adaptado para su utilización en Twitter e Instagram:

$$\text{Engagement on Twitter} = \frac{\text{Favorites} + \text{Mentions} + \text{Retweets}}{\text{Number of Tweets}}$$

$$\text{Engagement on Instagram} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments}}{\text{Number of Posts}}$$

La propuesta por Rival IQ, especialista en actividades digitales y análisis de la competencia:

$$\text{Engagement on Facebook} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}}{\text{Number of Posts}}$$

$$\text{Engagement on Twitter} = \frac{\text{Favorites} + \text{Retweets}}{\text{Number of Tweets}}$$

$$\text{Engagement on Instagram} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments}}{\text{Number of Posts}}$$

La medida propuesta por Social Media Management AgoraPulse y, su adaptación para Instagram:

$$\text{Total Engagement on Facebook} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}}{\text{Number of fans (total)}} \times 100$$

$$\text{Total Engagement on Twitter} = \frac{\text{Favorites} + \text{Retweets} + \text{Mentions}}{\text{Number of Followers (total)}} \times 100$$

$$\text{Total Engagement on Instagram} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments}}{\text{Number of fans (total)}} \times 100$$

Autores:



Colaborador:



Media Partner:



METODOLOGÍA

Autores:



Cabe mencionar que, debido a la dificultad de análisis de las redes sociales, se atendieron a factores de exclusión de las cadenas/centros:

Aquellas que utilizaban un perfil de usuario como página principal y no una Fanpage en la red social Facebook o bien, su perfil era inaccesible como es el caso, por ejemplo, de los perfiles privados de Twitter o Instagram.

Siendo una cadena, no disponían de un perfil propio de la cadena sino que disponían de diferentes perfiles para cada uno de sus centros o únicamente algún perfil de alguno de sus centros. En dicho caso, esa red social ha contado como nula y, en el caso que dispusieran de perfil de la cadena se ha contabilizado dicho perfil prescindiendo del resto de perfiles.

No se han contabilizado aquellas redes sociales de las cadenas que no disponían de un perfil específico para su marca en España o bien, fue imposible encontrar un perfil oficial de la misma.



Colaborador:



Media Partner:

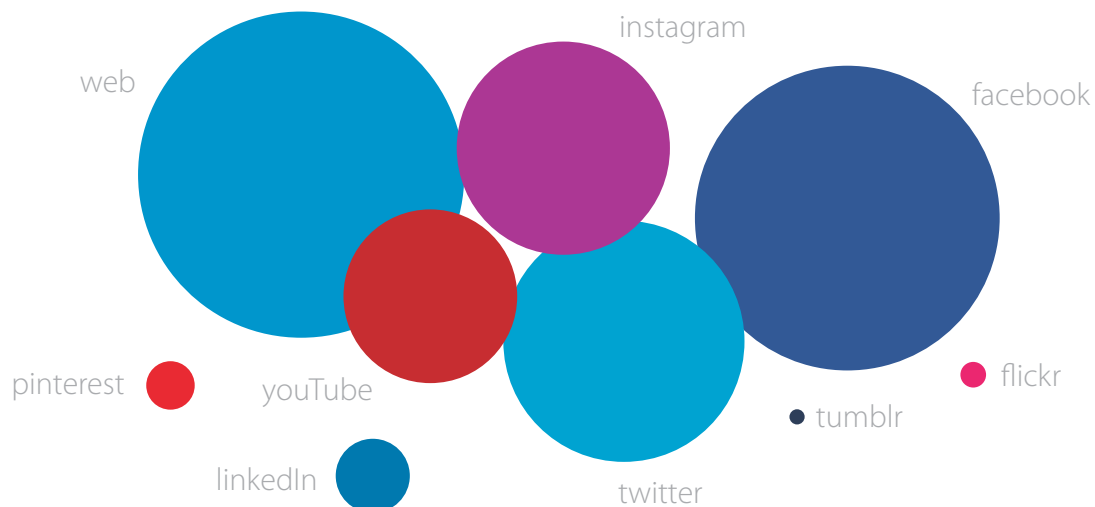


RESULTADOS

Análisis de la Web y las Redes Sociales

Tras realizar el estudio de las 196 cadenas/centros que cumplían con las características previas de selección, se ha determinado que el 87,76% (n = 172) disponían de su propia página web corporativa y, que son 9 las redes sociales utilizadas por dichas empresas.

Según las características principales, las redes sociales utilizadas se clasifican en tres grandes grupos: Redes Sociales; Microblogging; y Redes Sociales de Vídeo e Imagen. Dentro del primer grupo, Redes Sociales (publicaciones breves o extensas, vídeos e imágenes, chats, sistemas de mensajería) se han encontrado Facebook y LinkedIn. Asimismo, el 87,24% (n = 171) utilizan Facebook y el 15,31% (n = 30) LinkedIn. Referentes a la tipología de Microblogging (publicaciones breves y sencillas, sistemas de mensajería y enlaces) se han hallado Twitter y Tumblr. En este caso, el 53,06% (n = 104) utilizaban Twitter y el 0,51% (n = 1) Tumblr. Finalmente, para aquellas Redes Sociales de Vídeo e Imagen se han determinado Pinterest, Instagram, Flickr y Youtube. Pinterest es utilizada por el 5,10% (n = 10), el 65,31% (n = 128) utiliza Instagram, el 1,53% (n = 3) Flickr y, el 38,27% (n = 75) Youtube.



Autores:



Colaborador:

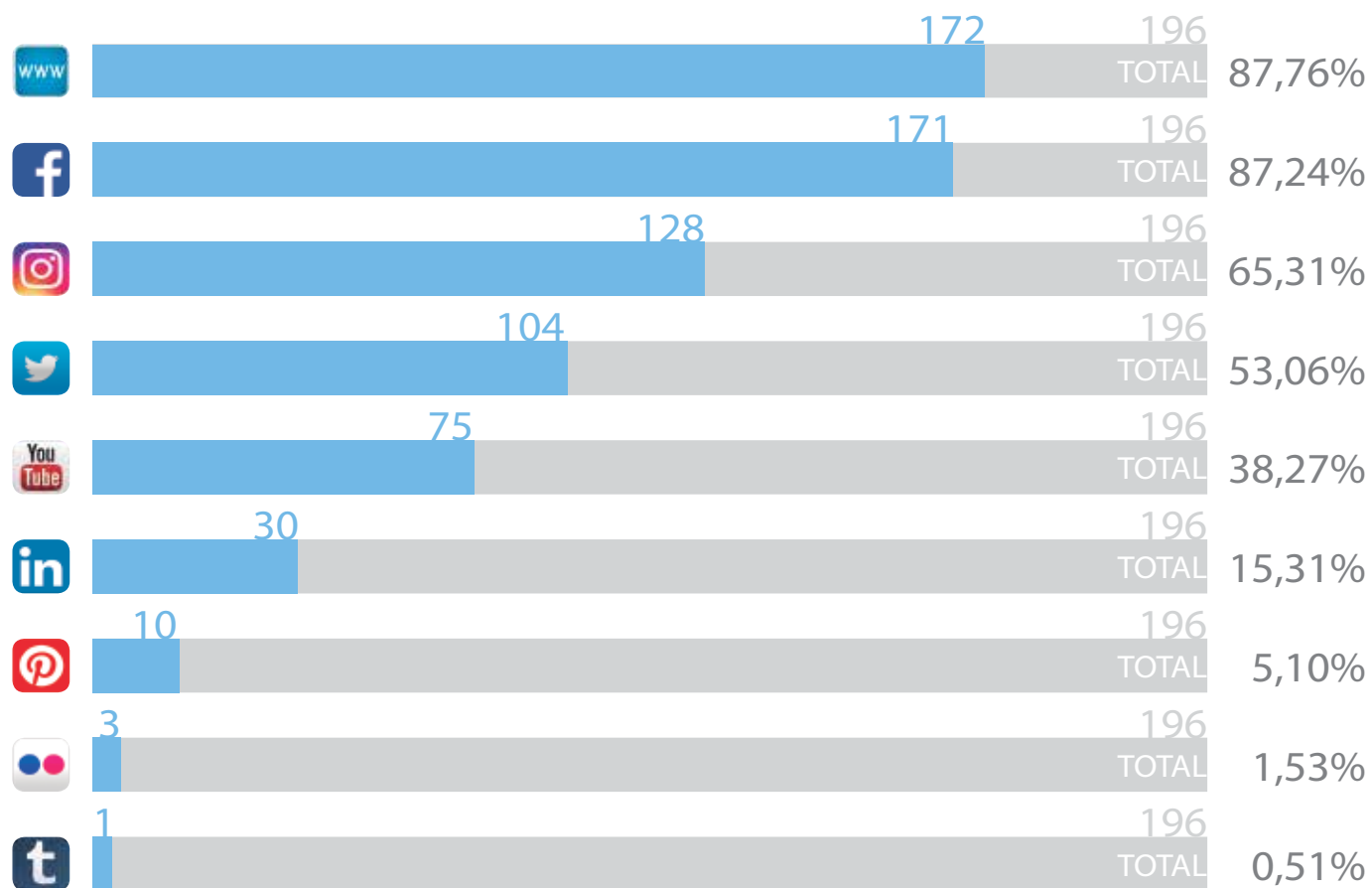


Media Partner:



RESULTADOS

Análisis de la web y las redes sociales en centros fitness



Autores:



Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS

Autores:



Colaborador:



Media Partner:



10

WWW 3Csport Club  

WWW 9 Gimnàs Manacor 

WWW Alhamar Fitness Center   

WWW Alma Fitness Club   

WWW Altafit      



WWW Amida Sport Club 

WWW Anytime Fitness     

WWW Apolo Centro Deportivo 

WWW Aqua Sport Torrent  




WWW Aqua Sports Club    

WWW Aquagym  

Area Gym  

WWW Areafit 

WWW Areté Fitness 

WWW Arsenal   

WWW Astur Fitness Club  

Atlas Sport Club    

WWW B-Fitness  

WWW B-Well La Isla

WWW Badalona Fitness   

WWW Bai Gym  

WWW Basic Fit     

WWW BCN Fitness  

WWW BeOne Servicio     

WWW Bfit Ibiza S. Club        



WWW Bfit Moralzarzal  

WWW Bierzo Fitness    

WWW Bike & Fit    

Block Center Gym 


WWW Body Gym  

WWW Body Star  


WWW Bodyfactory    

Bodytime Centro Deportivo 



WWW Born2Fit  

Cartuja Sport 

WWW Central Sport  

WWW Centro Atlas   



WWW Centro Deportivo Delicias 

WWW Centro Deportivo Don Sancho  

WWW Centro Deportivo Fariones  

WWW Centro Deportivo J10  

WWW Centro Deportivo Villalba  

WWW Club & Gimnasio Squash Sherry  

WWW Club Antares   

RESULTADOS

Autores:



- Club Delfos     
- Club Fit Javea  
- Club Gimbe  
- Cosmopolitan    
- Crack Fitness  
- Cube Fitness Club    
- Curves   
- Denia Centro de Fitness   
- DIR      
- Dona 10    
- Dreamfit     
- Dual    
- Duet Sports     
- Dynamic Life    
- Easyfitness   
- Egoitek 
- Emotion Sports Club   
- Espagua   
- Etván Fitness   
- Ezensr   
- Fast Fitness   
- Fightland     
- Fit-Figuera  
- Fitness 19  
- Fitness 54   
- Fitness City   
- Fitness Club Anura   
- Fitness Gasteiz   
- Fitness Park Sport Club 
- Fitness Place    
- Fitness Vic    
- Florida Gym   
- Fraile Gym   
- Fusion Sports Centers   
- G-Concept 
- Gasteiz  
- Gim Noray 
- Gimnasio Alcalá 2000    
- Gimnasio Atenas  
- Gimnasio Bodhidharma 
- Gimnasio C21    
- Gimnasio Cantó 
- Gimnasio Ciclofitness Torrijos 
- Gimnasio Cronos  

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS

Autores:



- Gimnasio Ctc
- Gimnasio Dojo Padul
- Gimnasio Energy
- Gimnasio Grandmontagne
- Gimnasio Hidrosport
- Gimnasio K2
- Gimnasio Kimura
- Gimnasio Mirasierra
- Gimnasio Olimpia
- Gimnasio Prieto
- Gimnasio Rodas
- Gimnasio Sport Winner
- Gimnasio Squash
- Gimnasio Tropical
- Gimnasio Urtzi
- Gimnasio Vigor
- Gimnasio Villaviciosa
- Gimnasios CityFit
- Gimnasios Kata
- Global Center
- GN Sport Center
- Go Gym
- Gofit
- Grupo Coliseo
- GYM 365
- Gym Aquasport
- Gym Fitness Aranda
- GYM Narvaez
- Gym Sport Factory
- Gym Tonic
- Gymage
- Hara Sport Center
- Hermosilla 56
- Holmes place
- Home Wellness Madrid
- Hospitaletnord
- Human Sport Center
- Hydra
- Imapala Sport
- Infinity Fitness
- Jordi's Gym
- La Gavia Health Club
- Lemax Wellness Club
- Lowfit

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS

Autores:



- M13 Gym  
- Mabuni Fitness Center   
- Marisma       
- Mas Center Sport 
- MaxxGym 
- Mc Fit    
- Megasport    
- Minimal Fitness Club  
- Miribilla Fitness Club
- Momo Sports Club   
- Monteparaiso Country Club  
- Muscle Centre   
- Nats  
- Nine Fitness    
- Nivel 3
- O2      
- Ocle Sport Gym  
- Onfitness     
- Onsport  
- Orangen Theroy Fitness 
- Orión    
- Padel Top Club  
- Palladium 
- Perfect Fit 
- Pilates Bilbao  
- Pilates Manresa  
- Pilates Nieves  
- Pilates Pozuelo  
- Pilmos  
- Poliesportiu Marxalenes    
- Power Gym Cartes 
- Profitness Urban Club     
- Qfitness   
- Qsport 
- Qwellness    
- Retiro Sur   
- Reto 48    
- Revolution is Coming  
- Royal Lleida  
- Sam Veintisiete SportClub 
- Sato Sport Club     
- SGO Health & Spa Club    
- Simón Verde   
- Skygym  

Colaborador:


































































Media Partner:



RESULTADOS

Autores:



- Smartfit  
- Smilefit  
- Sport Well Gym   
- Stabia Centro Deportivo  
- Studio One  
- Supraljarafe    
- Synergym    
- Tettsui  
- Thalassa    
- Training Guinardo    
- Único Wellness Club 
- Unlimited Hammer Gym 
- Vincen Fitness Club   
- Vital Wellness Club    
- VivaGym     
- Well Sport Club    
- White Gym   
- Yo10   
- Zagros        
- Zenith Fitness Center  

Colaborador:



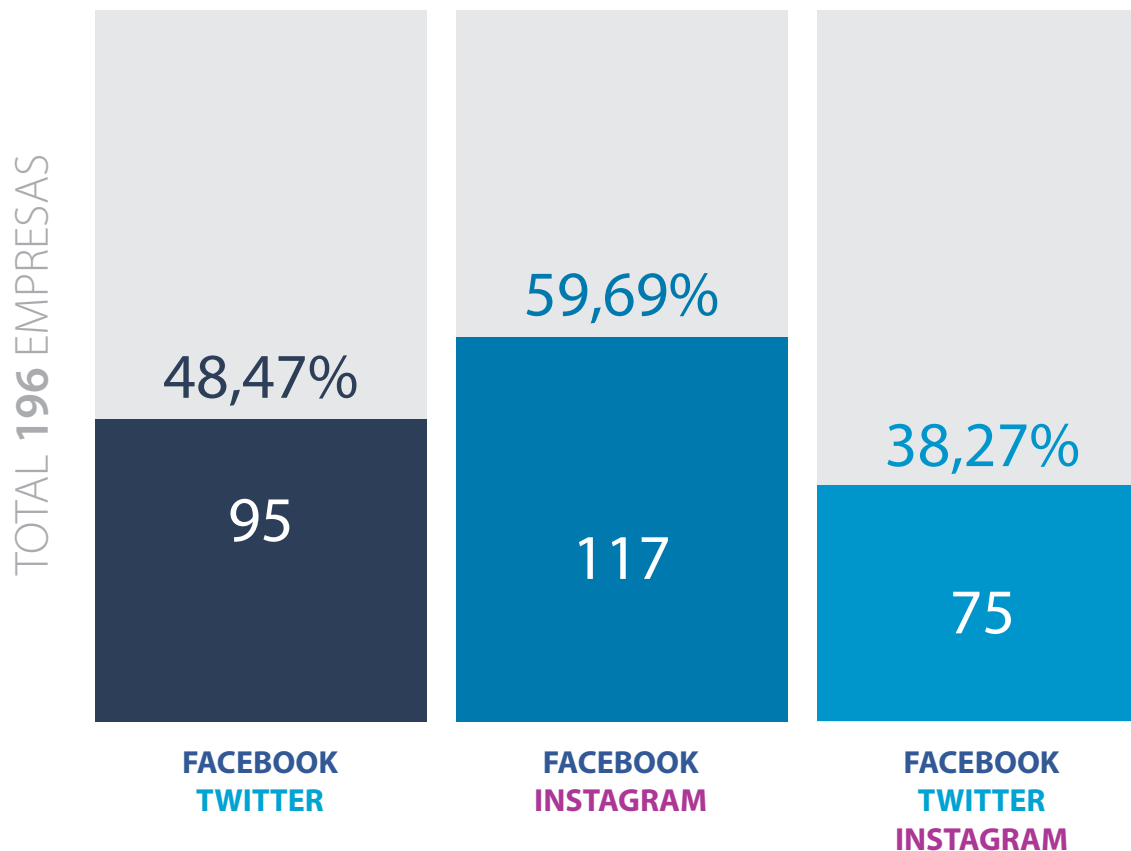
Media Partner:



RESULTADOS

Una vez analizadas cada una de las diferentes Redes Sociales utilizadas por las empresas del sector, se pudo determinar el uso destacado de Facebook en la categoría Redes Sociales, Twitter en la categoría de Microblogging y en la categoría de Redes Sociales de Vídeo e Imagen, Instagram. Por último, se identificó que hasta un 38,27% (n = 75) de las empresas del sector dispondrían de perfil corporativo en las tres redes sociales más comunes al mismo tiempo.

Autores:



Colaborador:



Media Partner:



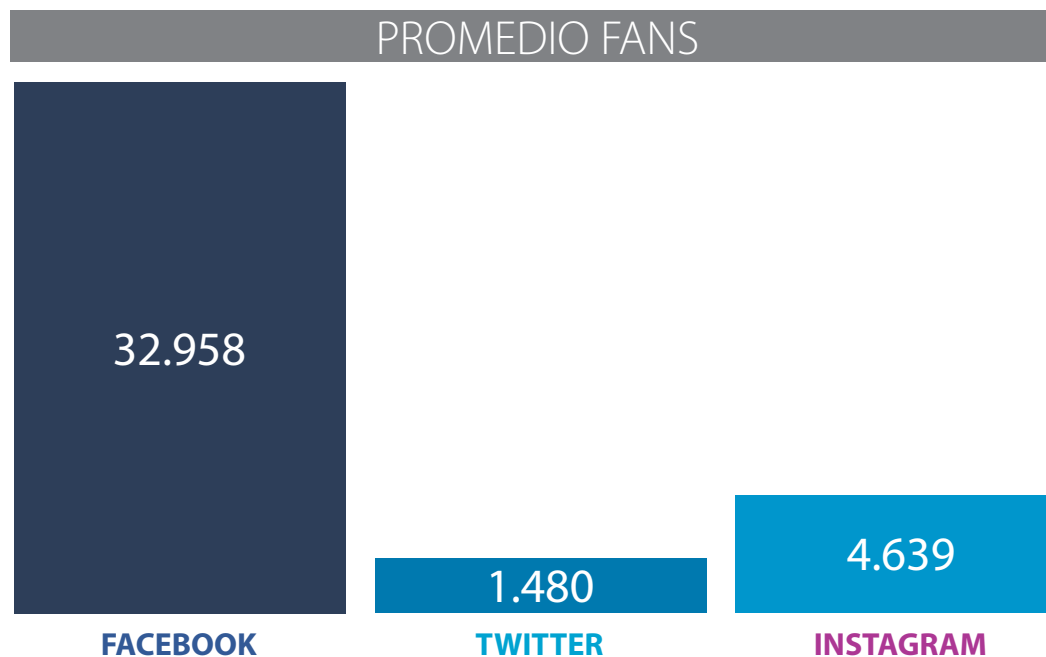
RESULTADOS

Análisis de los fans y/o seguidores de las redes sociales más utilizadas

Autores:



Haciendo referencia al número total de fans y/o seguidores de las Fanpage de Facebook o perfiles corporativos de Twitter e Instagram, las cadenas/centros de fitness que cuentan con un mayor número de fans en Facebook son: Basic Fit (956.220 fans), Mc Fit (500.784 fans) y Holmes Place (463.675 fans). Por otra parte, los que cuentan con un mayor número de seguidores en Twitter son: Go Fit (10.862 seguidores), Nine Fitness (10.195 seguidores) y Altafit (9.078 seguidores). En Instagram, Basic Fit (52.803 seguidores), Mc Fit (27.603 seguidores) y Nine Fitness (24.657 seguidores) serían las empresas con mayor número de seguidores.



Colaborador:



Media Partner:



Análisis del Engagement en Facebook, Twitter e Instagram

Autores:



- Utilizando las medidas indicadas en la metodología para conocer el Engagement, a continuación se muestra una tabla con el resultado para cada una de las cadenas/centros de fitness analizados. Los resultados donde el Engagement es igual a cero, corresponde con aquellos perfiles de redes sociales que no han realizado ninguna actividad o acción durante los días analizados.
- Se observa en Facebook que las empresas con mayor Engagement son según García-Fernández et al. (2017) y Rival IQ: Nife Fitness (348,3), Altafit (109,6) y VivaGym (81,5) y, según la medida propuesta por Agora Pulse: Mabuni Fitness Center (7,8), Simón Verde (7,5) y Onfitness (7,1).
- En Twitter y según García-Fernández et al. (2017) y la medida de Rival IQ, las empresas con mayor Engagement son: Go Fit y Nine Fitness (9,0) y, DIR (6,4). Mediante la medida propuesta por Agora Pulse, consigue un mayor Engagement el centro Go Gym (3,1) seguido de Synergym (2,1) y Gimnasio Energy (1,9).
- Finalmente, en la red social Instagram, las empresas con un mayor Engagement son: Mc Fit (663,0), Duet Sports (489,2) y BeOne Serviocio (428,8) según la medida propuesta por Oviedo-García et al. (2014) y Rival IQ. En cuanto a los resultados obtenidos de Engagement con la medida de Agora Pulse; Fitness Gasteiz (103,9), Duet Sports (58,7) y Dual (55,7) serían las empresas con mayor Engagement.
- Cabe recordar que la medida propuesta tanto por Oviedo-García et al. (2014) y Rival IQ tienen como prioridad contabilizar directamente el Engagement de los perfiles sociales sin dar importancia al número de fans/seguidores de los perfiles y, AgoraPulse sí tiene los tiene en cuenta en su fórmula.

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



FACEBOOK

Autores:



| Nombre | ME GUSTA TOTALES | POSTS | LIKES | SHARES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|------------------------|------------------|-------|-------|--------|---------|----------|---------|------------|
| Altafit | 58493 | 5 | 445 | 42 | 61 | 109,6 | 109,6 | 0,9 |
| Anytime Fitness | 17786 | 4 | 8 | 0 | 0 | 2,0 | 2,0 | 0,0 |
| Atlas Sport Club | 2444 | 4 | 74 | 12 | 1 | 21,8 | 21,8 | 3,6 |
| Basic Fit | 956220 | 3 | 50 | 2 | 4 | 18,7 | 18,7 | 0,0 |
| BeOne Servicio | 633 | 2 | 16 | 2 | 12 | 15,0 | 15,0 | 4,7 |
| Bfit Ibiza Sports Club | 19499 | 8 | 121 | 19 | 9 | 18,6 | 18,6 | 0,8 |
| Bierzo Fitness | 10470 | 5 | 52 | 4 | 1 | 11,4 | 11,4 | 0,5 |
| Bike & Fit | 1957 | 1 | 21 | 5 | 0 | 26,0 | 26,0 | 1,3 |
| Bodyfactory | 9446 | 2 | 47 | 4 | 0 | 25,5 | 25,5 | 0,5 |
| Centro Atlas | 1305 | 3 | 64 | 17 | 0 | 27,0 | 27,0 | 6,2 |
| Club Delfos | 2266 | 5 | 33 | 1 | 0 | 6,8 | 6,8 | 1,5 |
| Cosmopolitan | 4350 | 22 | 102 | 3 | 4 | 5,0 | 5,0 | 2,5 |
| Cube Fitness Club | 5811 | 5 | 40 | 9 | 1 | 10,0 | 10,0 | 0,9 |
| DIR | 35798 | 9 | 280 | 18 | 6 | 33,8 | 33,8 | 0,8 |
| Dona 10 | 6540 | 9 | 80 | 5 | 0 | 9,4 | 9,4 | 1,3 |
| Dreamfit | 13779 | 6 | 80 | 7 | 0 | 14,5 | 14,5 | 0,6 |
| Dual | 3354 | 5 | 46 | 0 | 3 | 9,8 | 9,8 | 1,5 |
| Duet Sports | 539 | 6 | 33 | 0 | 2 | 5,8 | 5,8 | 6,5 |
| Dynamic Life | 1567 | 2 | 17 | 1 | 0 | 9,0 | 9,0 | 1,1 |
| Etvan Fitness | 5767 | 4 | 130 | 36 | 2 | 42,0 | 42,0 | 2,9 |
| Fightland | 3510 | 2 | 87 | 9 | 0 | 48,0 | 48,0 | 2,7 |
| Fitness 54 | 2195 | 1 | 1 | 2 | 0 | 3,0 | 3,0 | 0,1 |
| Fitness City | 2356 | 2 | 4 | 2 | 0 | 3,0 | 3,0 | 0,3 |
| Fitness Club Anura | 3111 | 9 | 160 | 22 | 17 | 22,1 | 22,1 | 6,4 |
| Fitness Gasteiz | 1109 | 4 | 9 | 8 | 0 | 4,3 | 4,3 | 1,5 |
| Fitness Vic | 1362 | 1 | 9 | 1 | 1 | 11,0 | 11,0 | 0,8 |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



FACEBOOK

Autores:



| Nombre | ME GUSTA TOTALES | POSTS | LIKES | SHARES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|-------------------------|------------------|-------|-------|--------|---------|----------|---------|------------|
| Florida Gym | 4532 | 6 | 111 | 12 | 0 | 20,5 | 20,5 | 2,7 |
| Fusion Sports Centers | 2966 | 1 | 6 | 3 | 0 | 9,0 | 9,0 | 0,3 |
| Gimnasio Energy | 3243 | 6 | 198 | 23 | 9 | 38,3 | 38,3 | 7,1 |
| Gimnasio Grandmontagne | 3684 | 3 | 93 | 14 | 4 | 37,0 | 37,0 | 3,0 |
| Gimnasio Urtzi | 2336 | 6 | 85 | 5 | 3 | 15,5 | 15,5 | 4,0 |
| Gimnasios Kata | 2055 | 6 | 64 | 32 | 2 | 16,3 | 16,3 | 4,8 |
| Go Gym | 1637 | 5 | 103 | 4 | 0 | 21,4 | 21,4 | 6,5 |
| Gofit | 107056 | 4 | 182 | 66 | 12 | 65,0 | 65,0 | 0,2 |
| Hara Sport Center | 4914 | 4 | 35 | 26 | 0 | 15,3 | 15,3 | 1,2 |
| Holmes place | 463675 | 5 | 205 | 22 | 2 | 45,8 | 45,8 | 0,0 |
| Home Wellness Madrid | 1066 | 3 | 7 | 0 | 0 | 2,3 | 2,3 | 0,7 |
| Imapala Sport | 4276 | 7 | 116 | 16 | 0 | 18,9 | 18,9 | 3,1 |
| Infinity Fitness | 4333 | 5 | 24 | 1 | 1 | 5,2 | 5,2 | 0,6 |
| Lowfit | 13121 | 20 | 224 | 45 | 8 | 13,9 | 13,9 | 2,1 |
| Mabuni Fitness Center | 2117 | 7 | 135 | 22 | 9 | 23,7 | 23,7 | 7,8 |
| Marisma | 4602 | 4 | 81 | 26 | 5 | 28,0 | 28,0 | 2,4 |
| Mc Fit | 500784 | 2 | 46 | 2 | 4 | 26,0 | 26,0 | 0,0 |
| Muscle Centre | 3160 | 5 | 106 | 36 | 8 | 30,0 | 30,0 | 4,7 |
| Nine Fitness | 20800 | 3 | 986 | 40 | 19 | 348,3 | 348,3 | 5,0 |
| O2 | 16334 | 6 | 3 | 0 | 0 | 0,5 | 0,5 | 0,0 |
| Onfitness | 2861 | 7 | 173 | 14 | 16 | 29,0 | 29,0 | 7,1 |
| Orión | 4331 | 8 | 12 | 3 | 0 | 1,9 | 1,9 | 0,3 |
| Poliesportiu Marxalenes | 1234 | 4 | 33 | 1 | 1 | 8,8 | 8,8 | 2,8 |
| Qfitness | 1851 | 3 | 119 | 3 | 7 | 43,0 | 43,0 | 7,0 |
| Qwellness | 4209 | 1 | 10 | 3 | 0 | 13,0 | 13,0 | 0,3 |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



FACEBOOK

Autores:



| Nombre | ME GUSTA TOTALES | POSTS | LIKES | SHARES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|-----------------------|------------------|-------|-------|--------|---------|----------|---------|------------|
| Retiro Sur | 1127 | 5 | 9 | 4 | 0 | 2,6 | 2,6 | 1,2 |
| Reto 48 | 3974 | 8 | 61 | 4 | 2 | 8,4 | 8,4 | 1,7 |
| Sato Sport Club | 5551 | 2 | 7 | 0 | 0 | 3,5 | 3,5 | 0,1 |
| SGO Health & Spa Club | 4045 | 6 | 101 | 12 | 4 | 19,5 | 19,5 | 2,9 |
| Simón Verde | 2326 | 4 | 135 | 34 | 6 | 43,8 | 43,8 | 7,5 |
| Sport Well Gym | 1189 | 13 | 17 | 0 | 0 | 1,3 | 1,3 | 1,4 |
| Supraljarafe | 4316 | 6 | 91 | 8 | 5 | 17,3 | 17,3 | 2,4 |
| Synergym | 9120 | 19 | 256 | 11 | 22 | 15,2 | 15,2 | 3,2 |
| Vital Wellness Club | 4647 | 4 | 53 | 54 | 7 | 28,5 | 28,5 | 2,5 |
| VivaGym | 70277 | 4 | 275 | 20 | 31 | 81,5 | 81,5 | 0,5 |
| Well Sport Club | 2828 | 7 | 32 | 3 | 0 | 5,0 | 5,0 | 1,2 |
| Zagros | 3868 | 5 | 135 | 19 | 21 | 35,0 | 35,0 | 4,5 |
| Espaigua | 578 | | | | | | | |
| Fitness Place | 3409 | | | | | | | |
| Gimnasio Alcalá 2000 | 2050 | | | | | | | |
| Gimnasio C21 | 538 | | | | | | | |
| Gimnasio Vigor | 2743 | | | | | | | |
| Gym Tonic | 1735 | | | | | | | |
| Hospitaletnord | 1622 | | | | | | | |
| Human Sport Center | 1536 | | | | | | | |
| Lemax Wellness Club | 552 | | | | | | | |
| Megasport | 15375 | | | | | | | |
| Profitness Urban Club | 5204 | | | | | | | |
| Thalassa | 3012 | | | | | | | |
| Training Guinardo | 387 | | | | | | | |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



TWITTER

Autores:



| Nombre | FOLLOWERS | TWEETS | REPLIES | RETWEETS | FAVORITOS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|------------------------|-----------|--------|---------|----------|-----------|----------|---------|------------|
| Altafit | 9078 | 6 | 0 | 9 | 20 | 4,8 | 4,8 | 0,3 |
| Anytime Fitness | 2866 | 4 | 0 | 3 | 4 | 1,8 | 1,8 | 0,2 |
| Basic Fit | 3259 | 5 | 0 | 2 | 2 | 0,8 | 0,8 | 0,1 |
| Bfit Ibiza Sports Club | 2871 | 2 | 0 | 4 | 8 | 6,0 | 6,0 | 0,4 |
| Bike & Fit | 53 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Bodyfactory | 2519 | 9 | 1 | 2 | 8 | 1,2 | 1,1 | 0,4 |
| Cosmopolitan | 256 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0,3 | 0,3 | 0,4 |
| DIR | 7689 | 7 | 0 | 11 | 34 | 6,4 | 6,4 | 0,6 |
| Dona 10 | 2332 | 4 | 0 | 0 | 3 | 0,8 | 0,8 | 0,1 |
| Dreamfit | 7602 | 12 | 3 | 14 | 22 | 3,3 | 3,0 | 0,5 |
| Fitness Vic | 109 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1,0 | 1,0 | 0,9 |
| Florida Gym | 119 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1,0 | 1,0 | 0,8 |
| Gimnasio Energy | 360 | 6 | 0 | 3 | 4 | 1,2 | 1,2 | 1,9 |
| Gimnasios Kata | 641 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Go Gym | 98 | 3 | 0 | 0 | 3 | 1,0 | 1,0 | 3,1 |
| Gofit | 10862 | 5 | 0 | 18 | 27 | 9,0 | 9,0 | 0,4 |
| Holmes place | 3061 | 4 | 0 | 1 | 4 | 1,3 | 1,3 | 0,2 |
| Imapala Sport | 975 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1,0 | 1,0 | 0,1 |
| Infinity Fitness | 1136 | 2 | 0 | 1 | 4 | 2,5 | 2,5 | 0,4 |
| Mabuni Fitness Center | 536 | 6 | 0 | 2 | 3 | 0,8 | 0,8 | 0,9 |
| Marisma | 801 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0,3 | 0,3 | 0,1 |
| Nine Fitness | 10195 | 2 | 0 | 5 | 13 | 9,0 | 9,0 | 0,2 |
| O2 | 6481 | 7 | 0 | 1 | 8 | 1,3 | 1,3 | 0,1 |
| Onfitness | 424 | 10 | 0 | 0 | 3 | 0,3 | 0,3 | 0,7 |
| Orión | 92 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



TWITTER

Autores:



| Nombre | FOLLOWERS | TWEETS | REPLIES | RETWEETS | FAVORITOS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|-------------------------|-----------|--------|---------|----------|-----------|----------|---------|------------|
| Poliesportiu Marxalenes | 139 | 2 | 0 | 0 | 2 | 1,0 | 1,0 | 1,4 |
| Retiro Sur | 34 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| SGO Health & Spa Club | 317 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| Supraljarafe | 555 | 6 | 0 | 0 | 3 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| Synergym | 1678 | 25 | 2 | 2 | 31 | 1,4 | 1,3 | 2,1 |
| VivaGym | 4923 | 6 | 3 | 1 | 15 | 3,2 | 2,7 | 0,4 |
| Well Sport Club | 332 | 5 | 0 | 2 | 1 | 0,6 | 0,6 | 0,9 |
| Zagros | 1785 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0,8 | 0,8 | 0,2 |
| Atlas Sport Club | 141 | | | | | | | |
| Bierzo Fitness | 1032 | | | | | | | |
| Centro Atlas | 43 | | | | | | | |
| Club Delfos | 25 | | | | | | | |
| Cube Fitness Club | 623 | | | | | | | |
| Dual | 204 | | | | | | | |
| Duet Sports | 2673 | | | | | | | |
| Dynamic Life | 606 | | | | | | | |
| Espaigua | 5 | | | | | | | |
| Etvan Fitness | 304 | | | | | | | |
| Fightland | 504 | | | | | | | |
| Fitness 54 | 114 | | | | | | | |
| Fitness City | 1705 | | | | | | | |
| Fitness Club Anura | 105 | | | | | | | |
| Fitness Gasteiz | 224 | | | | | | | |
| Fitness Place | 109 | | | | | | | |
| Fusion Sports Centers | 112 | | | | | | | |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



TWITTER

Autores:



| Nombre | FOLLOWERS | TWEETS | REPLIES | RETWEETS | FAVORITOS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|------------------------|-----------|--------|---------|----------|-----------|----------|---------|------------|
| Gimnasio Alcalá 2000 | 511 | | | | | | | |
| Gimnasio C21 | 143 | | | | | | | |
| Gimnasio Grandmontagne | 453 | | | | | | | |
| Gimnasio Urtzi | 194 | | | | | | | |
| Gimnasio Vigor | 351 | | | | | | | |
| Gym Tonic | 185 | | | | | | | |
| Hara Sport Center | 986 | | | | | | | |
| Home Wellness Madrid | 142 | | | | | | | |
| Hospitaletnord | 134 | | | | | | | |
| Human Sport Center | 47 | | | | | | | |
| Lemax Wellness Club | 164 | | | | | | | |
| Lowfit | 2483 | | | | | | | |
| Mc Fit | 5540 | | | | | | | |
| Megasport | 1127 | | | | | | | |
| Muscle Centre | 387 | | | | | | | |
| Profitess Urban Club | 766 | | | | | | | |
| Qfitness | 173 | | | | | | | |
| Qwellness | 55 | | | | | | | |
| Reto 48 | 439 | | | | | | | |
| Sato Sport Club | 4146 | | | | | | | |
| Simón Verde | 157 | | | | | | | |
| Sport Well Gym | 237 | | | | | | | |
| Thalassa | 24 | | | | | | | |
| Training Guinaldo | 104 | | | | | | | |
| Vital Wellness Club | 632 | | | | | | | |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



INSTAGRAM

Autores:



| Nombre | SEGUIDORES | POSTS | LIKES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|------------------------|------------|-------|-------|---------|----------|---------|------------|
| Altafit | 17140 | 7 | 1533 | 105 | 234,0 | 234,0 | 9,6 |
| Anytime Fitness | 9437 | 8 | 69 | 0 | 8,6 | 8,6 | 0,7 |
| Basic Fit | 52803 | 7 | 1427 | 82 | 215,6 | 215,6 | 2,9 |
| BeOne Servicioc | 8514 | 5 | 1446 | 678 | 424,8 | 424,8 | 24,9 |
| Bfit Ibiza Sports Club | 23733 | 3 | 248 | 4 | 84,0 | 84,0 | 1,1 |
| Bike & Fit | 639 | 1 | 38 | 0 | 38,0 | 38,0 | 5,9 |
| Bodyfactory | 1211 | 2 | 86 | 5 | 45,5 | 45,5 | 7,5 |
| Club Delfos | 1639 | 2 | 68 | 0 | 34,0 | 34,0 | 4,1 |
| Cosmopolitan | 1773 | 21 | 243 | 6 | 11,9 | 11,9 | 14,0 |
| Cube Fitness Club | 2821 | 4 | 583 | 7 | 147,5 | 147,5 | 20,9 |
| DIR | 14200 | 10 | 2770 | 350 | 312,0 | 312,0 | 22,0 |
| Dona 10 | 2419 | 4 | 185 | 27 | 53,0 | 53,0 | 8,8 |
| Dreamfit | 14426 | 2 | 586 | 55 | 320,5 | 320,5 | 4,4 |
| Dual | 1009 | 4 | 368 | 194 | 140,5 | 140,5 | 55,7 |
| Duet Sports | 5004 | 6 | 2926 | 9 | 489,2 | 489,2 | 58,7 |
| Dynamic Life | 1287 | 2 | 83 | 1 | 42,0 | 42,0 | 6,5 |
| Espaigua | 1496 | 1 | 229 | 0 | 229,0 | 229,0 | 15,3 |
| Etvan Fitness | 1639 | 4 | 156 | 0 | 39,0 | 39,0 | 9,5 |
| Fightland | 7605 | 3 | 813 | 18 | 277,0 | 277,0 | 10,9 |
| Fitness 54 | 897 | 1 | 16 | 2 | 18,0 | 18,0 | 2,0 |
| Fitness Club Anura | 1925 | 4 | 268 | 16 | 71,0 | 71,0 | 14,8 |
| Fitness Gasteiz | 363 | 3 | 360 | 17 | 125,7 | 125,7 | 103,9 |
| Fitness Vic | 556 | 1 | 39 | 0 | 39,0 | 39,0 | 7,0 |
| Florida Gym | 1135 | 3 | 144 | 4 | 49,3 | 49,3 | 13,0 |
| Fusion Sports Centers | 1349 | 1 | 22 | 0 | 22,0 | 22,0 | 1,6 |
| Gimnasio Energy | 749 | 7 | 241 | 3 | 34,9 | 34,9 | 32,6 |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



INSTAGRAM

Autores:



| Nombre | SEGUIDORES | POSTS | LIKES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|-------------------------|------------|-------|-------|---------|----------|---------|------------|
| Gimnasio Grandmontagne | 565 | 1 | 66 | 1 | 67,0 | 67,0 | 11,9 |
| Gimnasio Urtzi | 689 | 7 | 332 | 25 | 51,0 | 51,0 | 51,8 |
| Gimnasios Kata | 434 | 5 | 141 | 5 | 29,2 | 29,2 | 33,6 |
| Go Gym | 548 | 4 | 98 | 0 | 24,5 | 24,5 | 17,9 |
| Gofit | 21307 | 3 | 725 | 6 | 243,7 | 243,7 | 3,4 |
| Hara Sport Center | 4037 | 3 | 182 | 6 | 62,7 | 62,7 | 4,7 |
| Holmes place | 17276 | 13 | 3305 | 177 | 267,8 | 267,8 | 20,2 |
| Home Wellness Madrid | 2805 | 2 | 32 | 1 | 16,5 | 16,5 | 1,2 |
| Imapala Sport | 1305 | 3 | 117 | 2 | 39,7 | 39,7 | 9,1 |
| Infinity Fitness | 2462 | 3 | 93 | 0 | 31,0 | 31,0 | 3,8 |
| Lowfit | 2231 | 13 | 488 | 6 | 38,0 | 38,0 | 22,1 |
| Mabuni Fitness Center | 475 | 1 | 47 | 1 | 48,0 | 48,0 | 10,1 |
| Marisma | 1368 | 1 | 41 | 1 | 42,0 | 42,0 | 3,1 |
| Mc Fit | 27613 | 3 | 1954 | 35 | 663,0 | 663,0 | 7,2 |
| Muscle Centre | 659 | 3 | 115 | 1 | 38,7 | 38,7 | 17,6 |
| Nine Fitness | 24657 | 3 | 1207 | 16 | 407,7 | 407,7 | 5,0 |
| O2 | 1768 | 3 | 69 | 0 | 23,0 | 23,0 | 3,9 |
| Onfitness | 793 | 7 | 230 | 4 | 33,4 | 33,4 | 29,5 |
| Orión | 405 | 2 | 31 | 3 | 17,0 | 17,0 | 8,4 |
| Poliesportiu Marxalenes | 353 | 3 | 63 | 1 | 21,3 | 21,3 | 18,1 |
| Qwellness | 1757 | 1 | 83 | 0 | 83,0 | 83,0 | 4,7 |
| Retiro Sur | 317 | 4 | 39 | 1 | 10,0 | 10,0 | 12,6 |
| Reto 48 | 8208 | 8 | 480 | 17 | 62,1 | 62,1 | 6,1 |
| SGO Health & Spa Club | 776 | 5 | 92 | 2 | 18,8 | 18,8 | 12,1 |
| Simón Verde | 830 | 3 | 179 | 4 | 61,0 | 61,0 | 22,0 |

Colaborador:



Media Partner:



RESULTADOS



INSTAGRAM

Autores:



| Nombre | SEGUIDORES | POSTS | LIKES | COMENTS | ARTÍCULO | RIVALIQ | AGORAPULSE |
|--------------------------|------------|-------|-------|---------|----------|---------|------------|
| Sport Well Gym | 1916 | 12 | 182 | 1 | 15,3 | 15,3 | 9,6 |
| Supraljarafe | 1295 | 4 | 102 | 0 | 25,5 | 25,5 | 7,9 |
| Synergym | 7342 | 6 | 734 | 14 | 124,7 | 124,7 | 10,2 |
| VivaGym | 22297 | 4 | 1012 | 11 | 255,8 | 255,8 | 4,6 |
| Well Sport Club | 916 | 1 | 37 | 0 | 37,0 | 37,0 | 4,0 |
| Zagros | 1456 | 3 | 120 | 8 | 42,7 | 42,7 | 8,8 |
| Atlas Sport Club | 640 | | | | | | |
| Bierzo Fitness | 1771 | | | | | | |
| Centro Atlas | 225 | | | | | | |
| Fitness City | 2048 | | | | | | |
| Fitness Place | 126 | | | | | | |
| Gimnasio Alcalá 2000 | 197 | | | | | | |
| Gimnasio C21 | 150 | | | | | | |
| Gimnasio Vigor | 573 | | | | | | |
| Gym Tonic | 2170 | | | | | | |
| Hospitaletnord | 403 | | | | | | |
| Human Sport Center | 410 | | | | | | |
| Lemax Wellness Club | 220 | | | | | | |
| Megasport | 3258 | | | | | | |
| Profitfitness Urban Club | 1217 | | | | | | |
| Qfitness | 277 | | | | | | |
| Sato Sport Club | 2739 | | | | | | |
| Thalassa | 234 | | | | | | |
| Training Guinaldo | 529 | | | | | | |
| Vital Wellness Club | 793 | | | | | | |

Colaborador:



Media Partner:



CONCLUSIONES

Autores:



Las principales conclusiones del presente estudio son:

- El 87,76% de las cadenas/centros de fitness analizados poseen página web corporativa. Ha aumentado su popularidad respecto al estudio del 2018 en el que representaba un 83,26%. Sigue siendo inferior a los resultados obtenidos en 2017 (88,79%) y 2016 (92,67%).
- Un 87,24% de las cadenas/centros de fitness poseen Fanpage de Facebook. Asimismo, Facebook aún resulta siendo la red social de uso más popular dentro del sector. Estos datos son mejores que en el año 2018 (85,12%). No obstante, algo inferior a los resultados del año 2017 (87,07%) y mejores que en el año 2016 (82,72%).
- En los resultados del año 2018 pudimos apreciar un crecimiento notable de popularidad de uso de Instagram que había logrado desbancar en dicho año a la red social Youtube. En el presente estudio vemos que Twitter también se ha visto afectado y, ha pasado a ser la tercera red social más importante tras verse superado por Instagram. Instagram logra un porcentaje presencial del 65,31% frente al 53,06% de Twitter. En el estudio del año 2018, Twitter disponía de un porcentaje de uso del 57,67% e Instagram del 45,58%.
- Hasta un 48,47% de las empresas del sector utilizan Facebook y Twitter conjuntamente frente al 52,56% conseguido en el año 2018. Por su parte, utilizarían Facebook e Instagram hasta un 59,69% de las empresas frente al 42,79% que lo hacían el año anterior. Motivo por el cual actualmente la combinación Facebook e Instagram sería más común. Por último, hasta un 38,27% de las empresas utilizarían las tres redes sociales mencionadas de forma conjunta.
- El promedio de las Fanpage de Facebook resultante de las empresas analizadas es de 32.958,59 fans (la empresa con más fans dispone de 956.220 fans).
- En Twitter, la empresa con mayor número de seguidores alcanza los 10.862 seguidores. El promedio obtenido en Twitter es de 1.480,49 seguidores por perfil corporativo de las empresas analizadas.
- El promedio de seguidores de Instagram de las empresas analizadas es de 4.639,59 seguidores. 52.803 era el número de seguidores de la empresa con mayor número de seguidores.
- El promedio del Engagement obtenido de las empresas activas de Facebook según García-Fernández et al. (2017) y Rival IQ es de 26,2 y, según Agora Pulse es de 2,4.
- El promedio del Engagement obtenido de las empresas activas de Twitter según García-Fernández et al. (2017) es de 1,9, según Rival IQ es de 1,8 y, mediante Agora Pulse resulta un 0,5.

Colaborador:



Media Partner:



CONCLUSIONES

- El promedio del Engagement obtenido de las empresas activas de Instagram según Oviedo-García et al. (2014) y Rival IQ es de 112,4 y, según Agora Pulse es de 14,8
- De los perfiles activos, Instagram es la red social que ha proporcionado un mayor Engagement, seguida de Facebook y Twitter.

(Las empresas o perfiles activos son aquellas sujetas al estudio que han realizado alguna publicación durante los días de análisis. Igualmente se comunica que la realización del estudio tiene una alta complejidad debido a las diferencias en la nomenclatura de perfiles y centros de fitness. Por ello, se ruega la comunicación con los autores si alguna de las empresas analizadas detecta algún error. Es de interés por parte de los autores realizar un estudio exhaustivo y que muestre la realidad del sector).

Autores:



FACEBOOK + TWITTER + INSTAGRAM

FACEBOOK + INSTAGRAM

FACEBOOK + TWITTER

TUMBLR

FLICKR

INSTAGRAM

YOUTUBE

PINTEREST

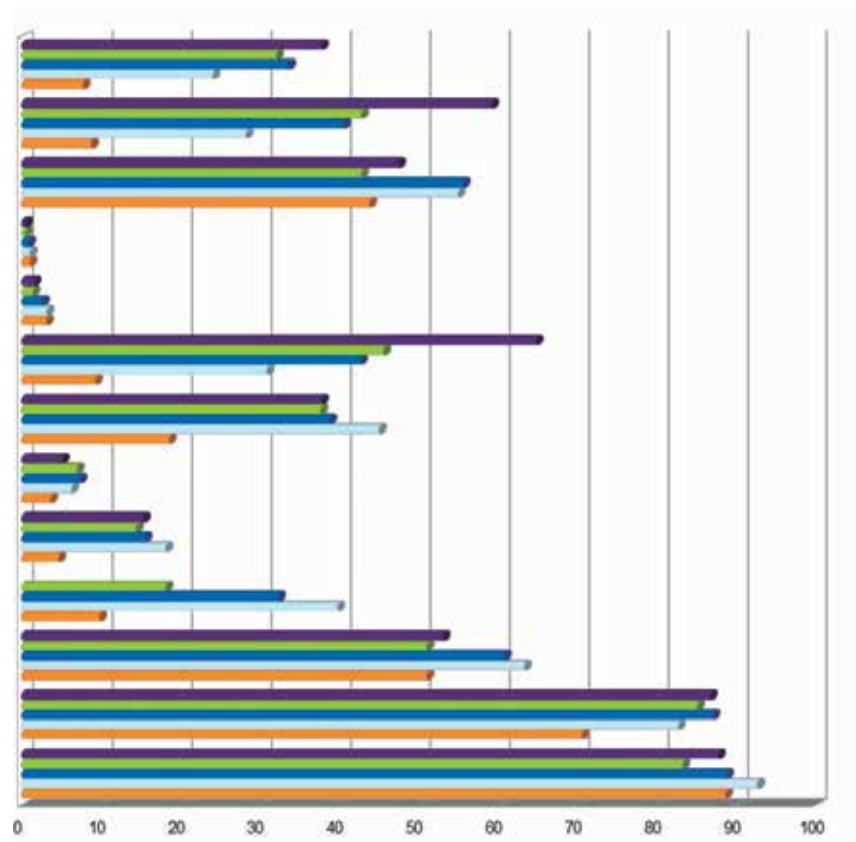
LINKEDIN

GOOGLE+

TWITTER

FACEBOOK

WEB



Colaborador:



Media Partner:



LIMITACIONES

Los autores son conscientes que para la realización del presente estudio existen algunas limitaciones metodológicas tales como:

- Inexistencia de métodos de contacto con algunas empresas adscritas a la base de datos consultada (número de contacto, página web, correo electrónico, etc.).
- Carencia de herramientas de medición del Engagement en las diferentes redes sociales que permitan el análisis directo de los perfiles privados y, con acceso a todos los datos susceptibles a análisis.
- Imposibilidad de acceso a los datos estadísticos pertenecientes a los paneles de administración privados de las diferentes redes sociales. Por ello, se requiere la supresión de los factores “other clicks”, “average impressions” y “average reach”, de la fórmula propuesta por Oviedo-García et al. (2014) y adaptada por García-Fernández et al. (2017).
- Falta de consenso y/o variabilidad en los factores componentes de la fórmula de Engagement en las diferentes redes sociales.
- Escasez de literatura en cuanto a la relación y la medición del Engagement en las diferentes redes sociales analizadas.



Autores:



Colaborador:



Media Partner:



BIBLIOGRAFÍA

Autores:



- Agorapulse: Social Media Management. Recuperado de <http://www.agorapulse.com/>
- Conrad, C., y Allen, L. (2013). Internet marketing for health and fitness clubs. Wakefield, RI: Communications Consultants WBS, Inc.
- García-Fernández, J., Elasri-Eijaberi, A., Pérez-Tur, F., Triadó-Ivern, X. M., Herrera-Torres, L., y Aparicio-Chueca, P. (2017). Social networks in fitness centres: the impact of fan engagement on annual turnover. *Journal of Physical Education and Sport*, 17(3), 1068-1077.
- Herrera-Torres, L., Pérez-Tur, F., Valcarce-Torrente, M., & García-Fernández, J. (2019). Análisis de las redes sociales en el sector del fitness español: un estudio longitudinal. *Materiales para la Historia del Deporte*, (18), 122-128.
- IAB Spain., y Elogia (2019). Estudio Anual de Redes Sociales 2019. Recuperado de https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., y Nerur, S. (2018). Advances in social media research: past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558.
- López-Carril, S., Villamón, M., y Sanz, V. A. (2019). Conceptualización de los medios sociales: oportunidades para la gestión del deporte (Conceptualisation of Social Media: opportunities for Sport Management). *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (36), 468-473.
- Oviedo-García, M. A., Muñoz-Expósito, M., Castellanos-Verdugo, M. y Sancho-Mejías, M. (2014). Metric proposal for customer engagement in Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 327-344.
- Rival IQ: Digital Marketing Analytics (2016). Recuperado de <https://www.rivaliq.com/>
- Williams, J., y Chinn, S. J. (2010). Meeting relationship-marketing goals through social media: A conceptual model for sport marketers. *International Journal of Sport Communication* 3(4), 422-437.
- Wright, B. K., Williams, A. S., y Byon, K. K. (2017). Brand marketing via facebook: an investigation of the marketing mix, consumer-based brand equity, and purchase intention in the fitness industry. *Marketing Management Journal*, 27(2).

Colaborador:



Media Partner:

