

## Valgo - Blog

<https://www.valgo.es/>

# Informe Uso Web y Redes Sociales en Fitness 2015

En los últimos años se ha visto un incremento en la proliferación de nuevos servicios y plataformas de redes sociales puesto que existe una gran demanda por parte de los usuarios que las utilizan. Según un estudio realizado por la IAB Spain (2015), Facebook sigue siendo a nivel general la red social más utilizada, seguida de Twitter y Youtube. No obstante, las redes sociales que más incrementan su número de usuarios son LinkedIn, Instagram y Twitter. De igual modo, el 64,1% de los internautas españoles participan en redes sociales digitales, creando un perfil de usuario o enviando mensajes u otras contribuciones a alguna de estas plataformas genéricas (Facebook, Twitter...). Así lo confirma La Sociedad en Red (ONTSI, 2013). Además, se cita la relevancia de las redes sociales como lugar de encuentro con los ciudadanos puesto que las redes sociales son los medios preferidos por los usuarios de e-administración para acceder a la información pública. De igual modo, el IV Estudio sobre Hábitos y Redes Sociales elaborado por Elogia e IAB Spain (2013) demostró que el 79% de los internautas en España eran usuarios de redes sociales en 2012.

Por otra parte, en las pequeñas y medianas empresas los medios sociales más utilizados según los datos recogidos en el estudio elaborado por ONTSI (2013), son las redes sociales Facebook y LinkedIn (26,6%), seguidos de las websites que comparten contenido multimedia tipo Youtube (13,2%), y blogs de empresas y/o microblogs tipo Twitter (9%).

Asimismo se destaca que 9 de cada 10 usuarios siguen a una marca, algo muy importante para las empresas puesto que dichos usuarios están motivados a seguir las marcas principalmente por el interés que muestran en ellas, concursos, conocer más las marcas o por dar clic en su publicidad. Como dato a destacar, Facebook sigue siendo a día de hoy la red social más utilizada para el seguimiento de marcas, aunque cae ligeramente, y es seguido muy de cerca por Twitter.

En definitiva, se podría destacar Facebook y Twitter como las principales redes sociales donde las empresas apuestan para conseguir fans y/o seguidores de sus páginas, puesto que son las redes sociales donde mayor actividad e interacción conseguirán con sus usuarios. Además, a mayor tamaño de empresa, las redes sociales son más frecuentemente utilizadas como principales medios de marketing, publicidad y gestión de la imagen de la empresa y/o marca, y venta de productos, así como plataforma de comunicación entre sus clientes. Por ello, en la actualidad, es altamente recomendable la creación de perfiles empresariales y/o corporativos para darse a conocer entre la

población, y estar en constante contacto con la misma.

**La utilización de la web y las redes sociales en la Industria del fitness en España.** El presente estudio tiene los siguientes objetivos en las empresas pertenecientes al código CNAE 9313 – Actividades de los gimnasios que operan en España. Se analiza la utilización de la web y redes sociales así como el nivel de engagement a facebook y twitter de sus clientes.

Ya puedes descargar el informe completo <<< [pinchando aquí](#) >>>

**Link to Original article:** <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=175210>