

Celebrities e Influencers deportivos

Análisis de Credibilidad desde el comportamiento de Deportistas Universitarios



Sorayda Martínez Monroy



VI Congreso Nacional
Gerencia del Deporte



Programa
**CIENCIAS DEL DEPORTE
Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**
informaciongidede@gmail.com



Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**



Por qué esta Investigación?

Crecimiento de Redes Sociales

+ Intervención de los Jóvenes en Redes Sociales

Patrocinios – Marcas comerciales

Prosumidores

Boom de Influencers

Segmentos más precisos



“Creo que los clubes de fútbol deberían incluir a los influencers en sus plantillas, los ingresos de los equipos vienen de la parte audiovisual y los chavales de 10 y 11 años ahora consumen este tipo de información por YouTube”,
Miguel A. Hernández, de Prime Sport y ex del Real Madrid.

“Según los resultados de una investigación de la Federación Mundial de Anunciantes (WFA), al finalizar este año las marcas multinacionales aumentarán su gasto en marketing de influencia hasta un 65%.”

www.dinero.com

2019 será un año determinante para el influencer marketing en América Latina, pues la dinámica y el aumento presupuestal que vivimos en 2018 demuestran la relevancia que este “nuevo medio” ha cobrado en las estrategias de mercadeo a corto, mediano y largo plazo de las marcas y empresas, sin importar la industria a la que pertenecen.

www.revistapym.com.co 01/19



**VI Congreso Nacional
Gerencia del Deporte**



Universidad Tecnológica
de Pereira

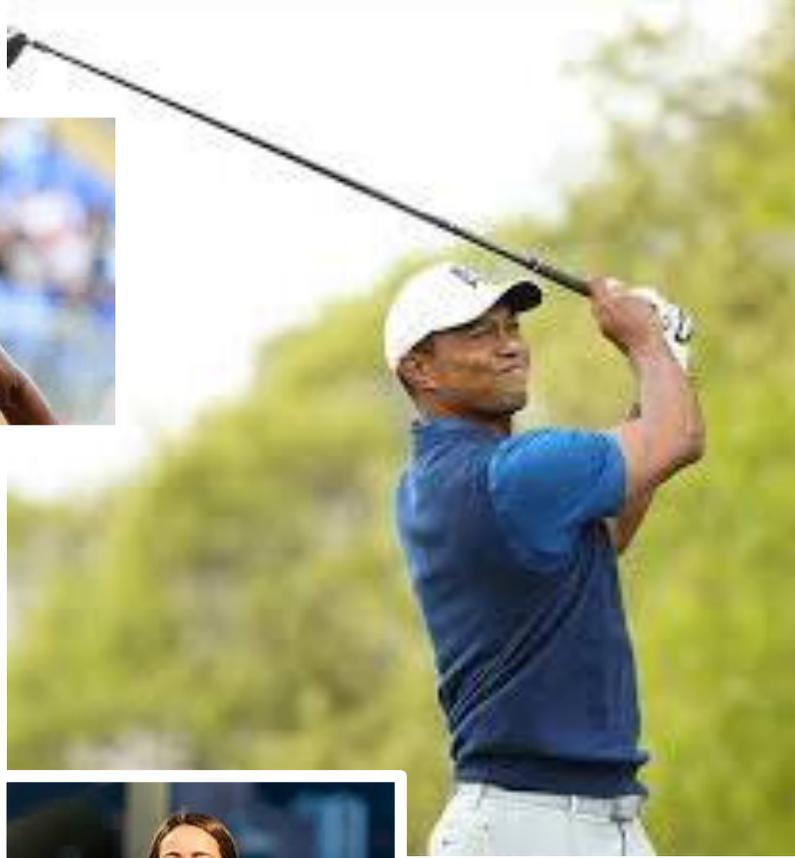
Programa
**CIENCIAS DEL DEPORTE
Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**
informaciongigede@gmail.com



Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**





4/20



Celebrities



“Influencers”
“youtubers”, “bloggers”,
“instagramers”

OBJETIVO GENERAL

Analizar la Credibilidad de
Celebrities e Influencers Deportivos
en **Universitarios Deportistas**

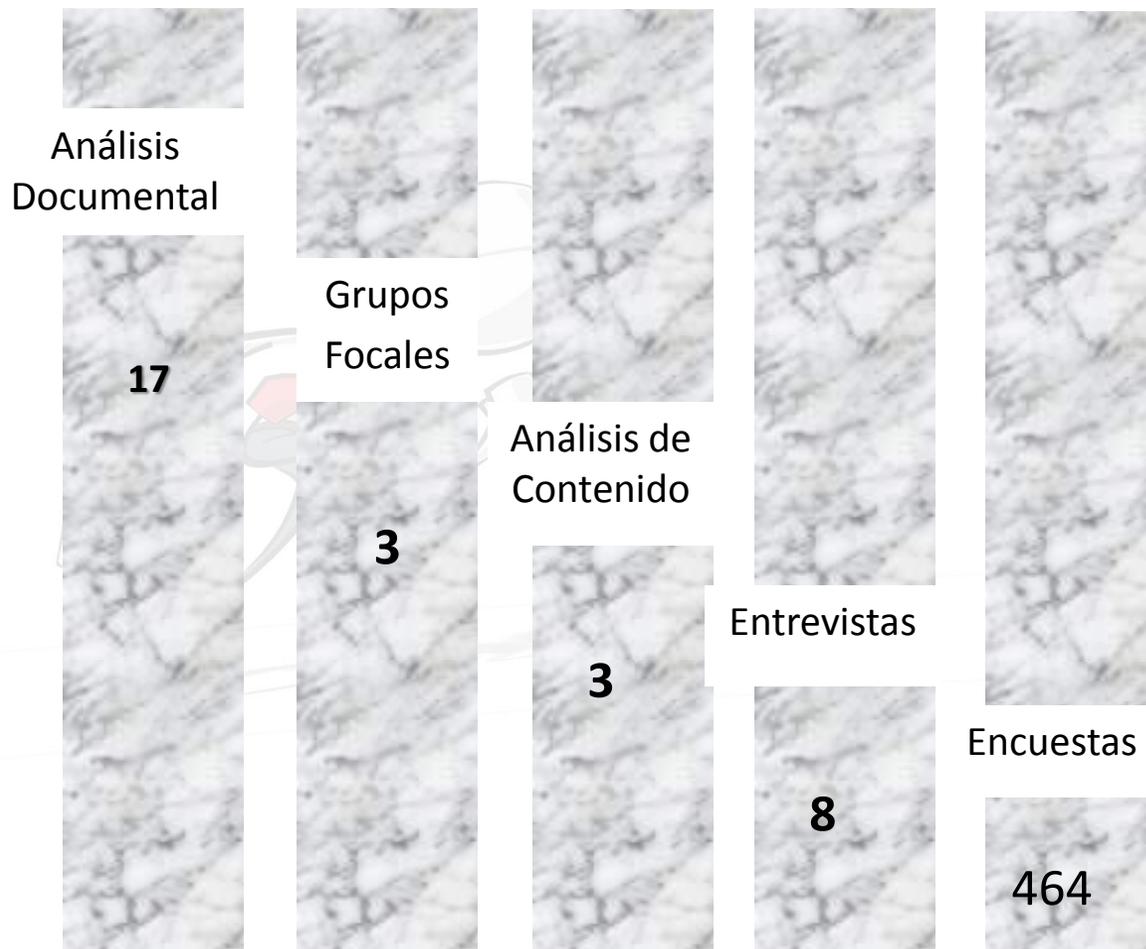


OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Examinar Pautas de Consumo
- Determinar las Razones de acceso a contenidos
- Descubrir los elementos que configuran la credibilidad
- Contrastar Consumo de Contenido con conductas resultantes



Metodología



MUESTRA: Universitarios Deportistas entre 18 y 25 años

Metodología



Público Objetivo de Redes Sociales



Consumidores de Productos, Servicios y Marcas Asociadas al Deporte



Participantes



VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte



Programa
Ciencias del Deporte y la Recreación
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización
GERENCIA DEL DEPORTE
informaciongidede@gmail.com



Especialización
GERENCIA DEL DEPORTE



Frecuencia de Uso Redes Sociales

Celebrities

Influencers

- Tema
- Criterios de selección según función comunicativa:
(Informarse / Formarse / Entretenerse)
- Rasgos más valorados en la selección:
(Originalidad, Resultados, Cercanía, Utilidad, Afiliación-marca, Afiliación equipo, Humor)
- Razón de acceso:
(Hábitos, búsquedas, recomendación, enlace externo)
- Permanencia del Personaje
- Frecuencia de Visita

Variables



Variables

Celebrities

- Tiempo por visita
- Foco de atracción
- Valor Percibido:

(Autenticidad, Respaldo, Evolución, Naturalidad, Variedad de Contenidos, Actualización)

- Factores de Confianza:

(Videos, Fotografías, Lenguaje, Efectos de edición, Frecuencia de publicaciones, Respaldo de Marca)

- Tipo de Interacciones:

(Likes, comentarios, emoticones, compartir)

Influencers

12/20





Celebrities



VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte

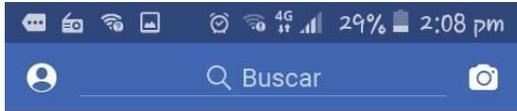


Programa **CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**
informaciongped@gmail.com

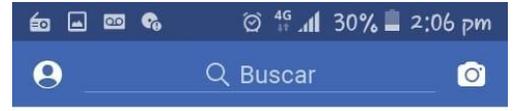
10 Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**





 **Astana Women Team**
hace 2 días · 🌐

Liliana Moreno and Davide Ballerini (Astana Pro Team), Queen and King of the mountains at the Amgen Tour of California!



 Escribe un comentario...

 **Pauline Ferrand-Prevot**
hace 2 horas · 🌐

Ouah, c'était une course super dure! J'étais environ à la 30ème place quand j'ai chuté (encore oui 😅), ce qui a engendré une crevaison de l'avant. J'ai fait la moitié d'un tour crevé. J'ai perdu environ 10 places, mais en terme de performance ça n'a pas c... Ver más

Ver traducción



Nairo Quintana

Con la fuerza de mi mente y mis piernas, busco conquistar la meta -Contacto: titansports.sas@gmail.com

 Amigos  Mensaje  Más

 Trabaja en Movistar Team
 Vive en Pamplona

Celebrities



VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte

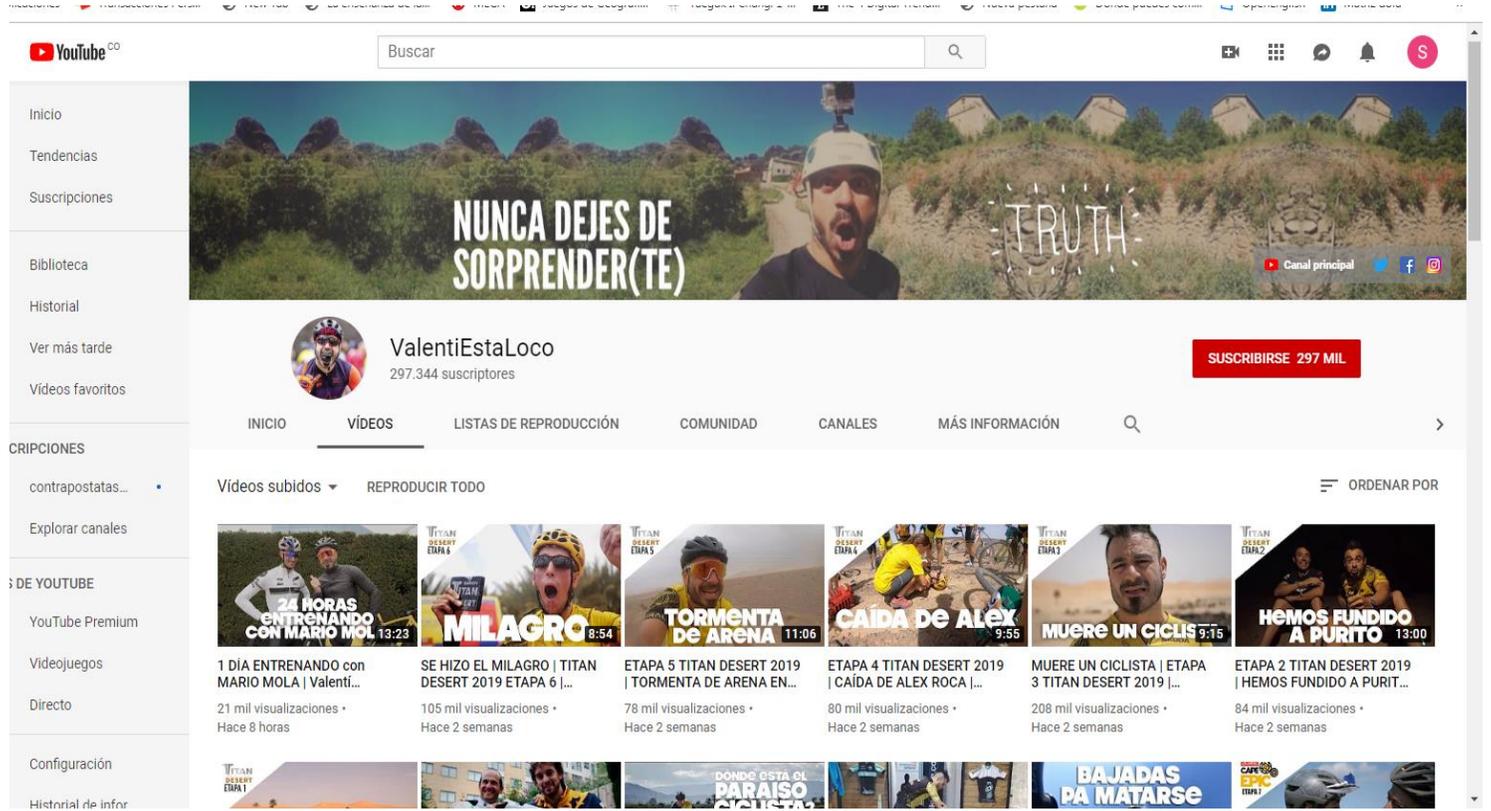
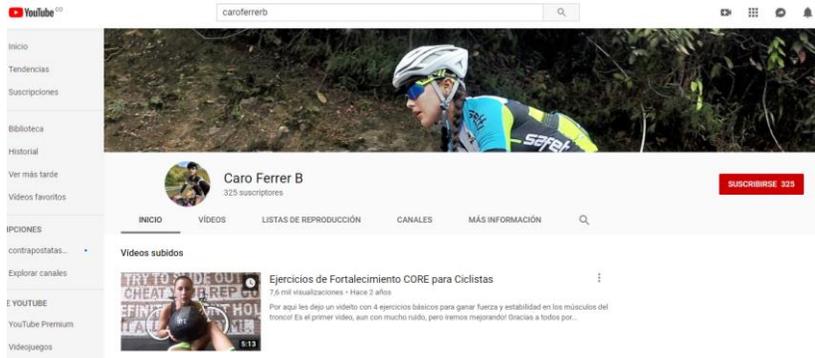


Programa **CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**
informacion@gerdel@gmail.com

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**





Influencers



VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte



Programa **CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**
informacion@gerdep@gmail.com

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**





Influencers



VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte



Programa **CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**
informaciongped@gmail.com



Especialización **GERENCIA DEL DEPORTE**





VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte

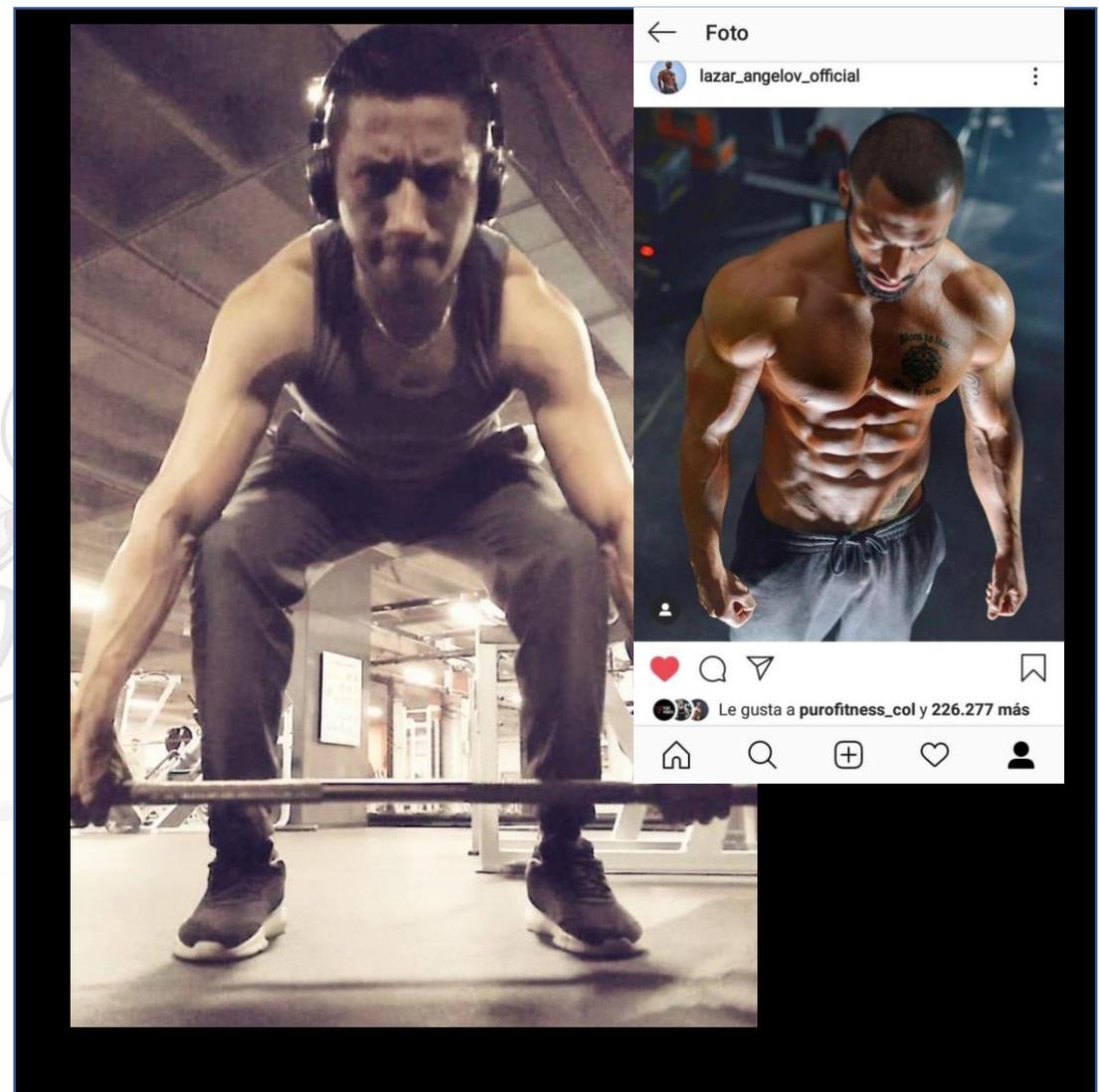
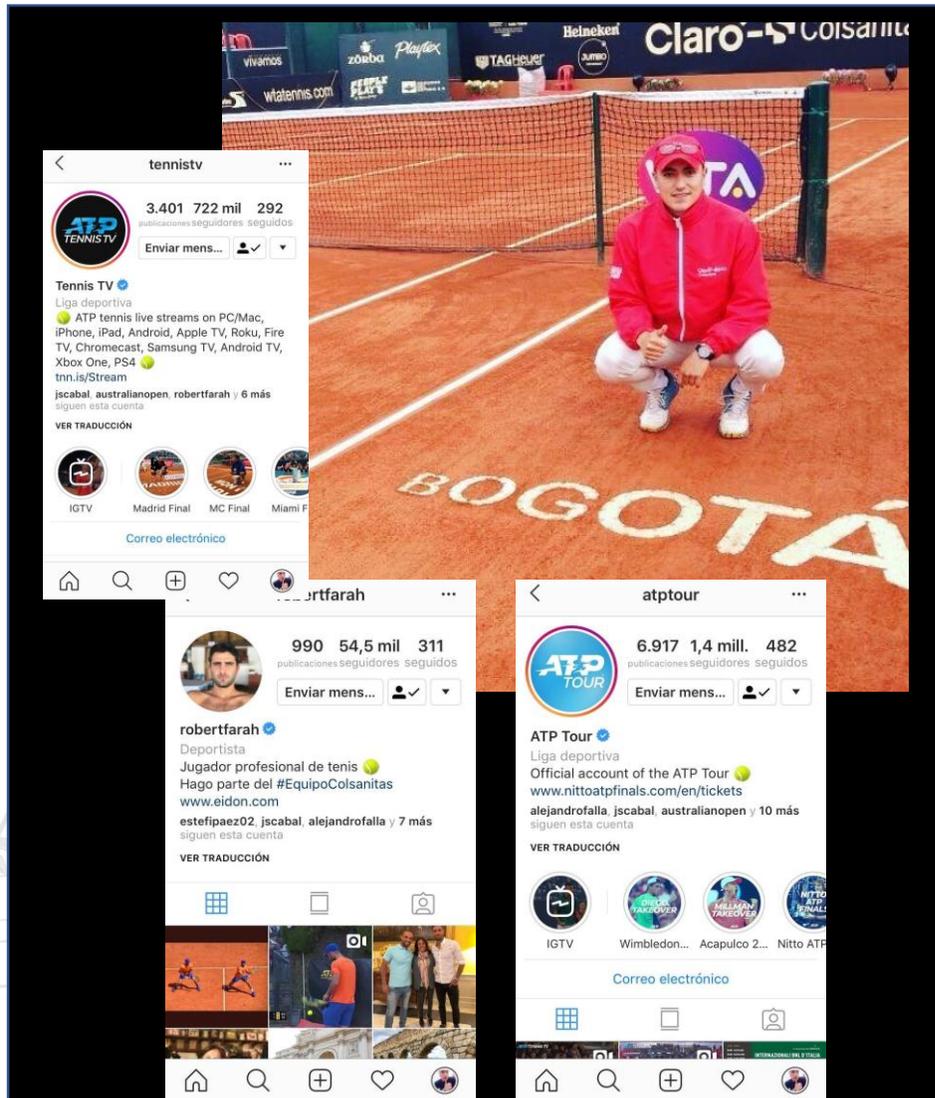


Programa CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN
 Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización GERENCIA DEL DEPORTE
 informaciongigede@gmail.com

10 AÑOS Especialización GERENCIA DEL DEPORTE





VI Congreso Nacional Gerencia del Deporte



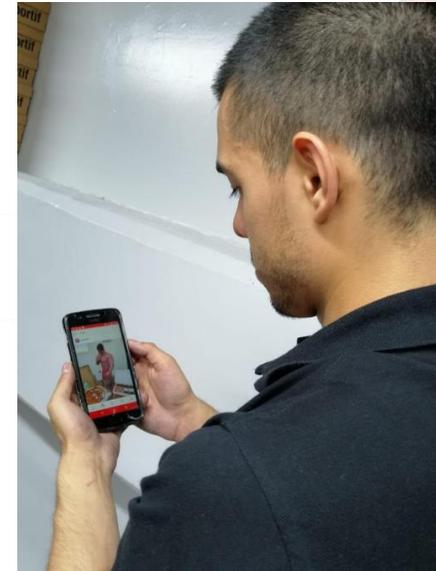
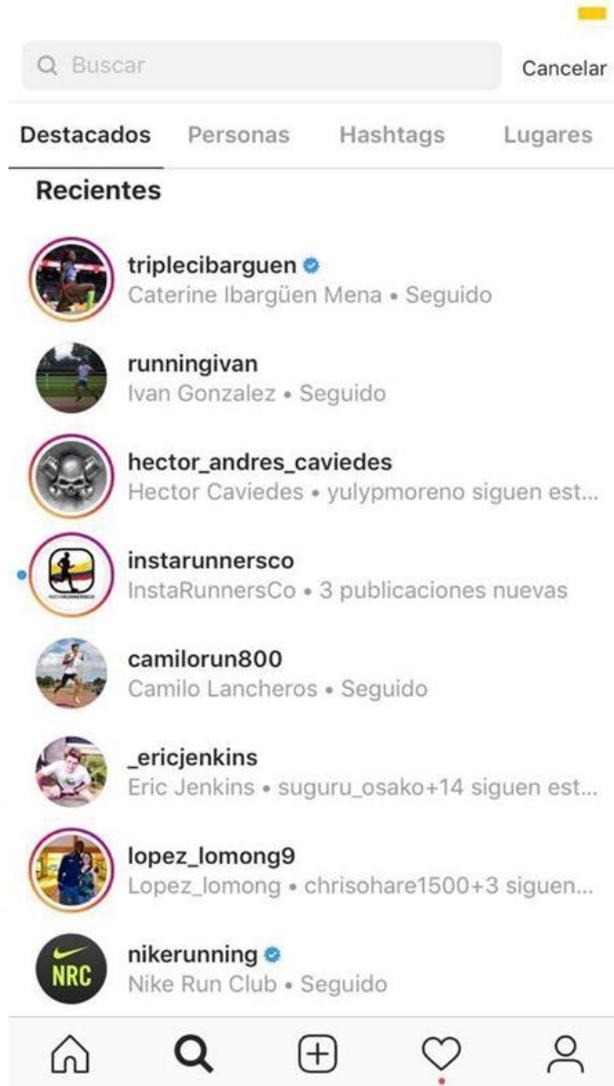
Programa CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización GERENCIA DEL DEPORTE
informaciongidede@gmail.com



Especialización GERENCIA DEL DEPORTE







GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

Sorayda Martínez Monroy



VI Congreso Nacional
Gerencia del Deporte



Programa
**CIENCIAS DEL DEPORTE
Y LA RECREACIÓN**
Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**
informaciongidede@gmail.com



Especialización
**GERENCIA
DEL DEPORTE**

