

ÍNDICE

PRÓLOGO

CAPITULO I : OBJETO DE ESTUDIO

1.1 -Introducción

1.2 Planteamiento del problema

1.3.- Justificación

1.4 .- Objetivo de la investigación

1.4.1. Objetivo general

1.4.2.- Descubrir el impacto que tiene la industria del fitness en México y

Estados Unidos a partir de 2012 a 2017.

1.4.3. -Objetivo específico

1.4.3.- Identificar, como los influencers han transformado la vida de sus seguidores a través de Youtube e Instagram.

1.5. Hipótesis

CAPITULO II : MARCO TEÓRICO

2.1.- Generación Millennials

2.1.1.- ¿Quiénes son los Millennials?

2.1.2.- ¿Porqué las redes sociales han impactado en la industria del fitness?

2.2 .-.Antecedentes de la industria del fitness

2.2.1.- ¿Dónde nació?

2.3 Antecedentes del Fisicoculturismo

2.3.1.- ¿ Quién fue el padre del fisicoculturismo?

2.4.- Antecedentes de las redes sociales

2.4.1 ¿ Quién creó Youtube e Instagram?

2.4.2 .- ¿Por que el fitness y el fisicoculturismo tienen éxito en Instagram?

2. 4.3.- ¿ Quién creó Youtube?

2.4.4.- Los Youtubers y el porqué de su éxito

2.4.5.- . Figuras públicas / Influencers

2.4.5 Ejemplos de figuras públicas en la industria del fitness.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1.- ¿En que documentos se basará la tesina?

3.2 Estudios Cualitativos

3.2.1.- ¿ A quien está dirigido el proyecto?

3.2.2 .- ¿ Porqué y para que utilizan las redes sociales los millenials?

3.2.3.- ¿Quiénes son las figuras públicas del fitness a investigar y cómo comenzó

toda su carrera en las redes sociales ?

3.2.4.- ¿Quienes son los entrevistados en el proyecto y dónde se encontraron ?

3.2.5.- ¿Cuál será el proceso que se llevará acabo en las preguntas?

3.2.6 ¿Quiénes son las figuras públicas del fitness a investigar ?

3.3.- Focus Group

CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis de las encuestas

4.2. Análisis del Focus Group

4.2.1.- ¿Cuál fue la red social que más impacto?

4.2.2.- ¿Quién fue la figura pública que más influencia obtuvo?

CAPITULO V: CONCLUSIONES

5.1- Bibliografías

5.2 -.- Anexos

5.2.1- Imágenes

5.2.2.- Entrevista

5.2.3.- Focus Group