

Marketing de Influencers

Grupo 13

Integrantes:

- Casabó, Joaquín – 13783
- Ortega, Facundo – 13131
- Torresi Fontana, Carla – 13625
- Valli Llalen, Karima – 13620

DEFINICIÓN

El marketing de influencers es una estrategia que consiste en colaborar con personas que tienen una audiencia activa en redes sociales, con el fin de promocionar productos, servicios o marcas de forma auténtica, generando confianza y cercanía con los consumidores.

ALCANCE Y APLICACIÓN



Se aplica tanto en grandes empresas como en pymes o emprendimientos.

Funciona en sectores diversos: moda, tecnología, gastronomía, turismo, industria, etc.

Principales usos:

- Lanzamiento de productos
- Posicionamiento de marca
- Ventas directas
- Generación de contenido.

Tiene lugar principalmente en redes:



ASPECTOS POSITIVOS

- Alta conexión emocional con el público objetivo.
- Mejora la credibilidad frente a la publicidad tradicional.
- Aumenta el engagement y visibilidad de la marca/producto
- Posibilita una comunicación más humana y cercana.
- Adaptable a distintos presupuestos (con micro y nano influencers).
- Facilita la entrada a nichos de mercado.



ASPECTOS NEGATIVOS

- Falta de autenticidad.
- Seguidores falsos o métricas infladas.
- Puede generar rechazo .



DATOS CURIOSOS



- Existen influencers virtuales.
- El ROI puede superar al de la publicidad tradicional.
- Las recomendaciones de influencers influyen más que los anuncios.
- Cristiano Ronaldo fue la persona que más dinero ganó en Instagram a nivel mundial en 2021.

TIKTOK VS ESTADOS UNIDOS

- Posible prohibición en Estados Unidos

Motivo

- Seguridad nacional
- Presunto espionaje y manipulación

Consecuencias para el marketing de influencers:

- Incertidumbre para marcas e influencers
- Migración a otras plataformas
- Reducción del alcance juvenil
- Cambios en las estrategias de contenido

2024 vs. 2025: inversión publicitaria:

- Instagram (+0,5%)
- **TikTok (-17,2%)**
- YouTube (+0,7%)
- LinkedIn (+2,2%)



MUCHAS GRACIAS

FUENTES DE INFORMACIÓN Y ESTUDIO

- Think with Google: informes sobre tendencias de consumo digital.
- Hootsuite y We Are Social: reportes globales sobre redes sociales y comportamiento digital.
- Statista: estadísticas de marketing de influencers.
- HubSpot y Semrush: guías y estudios de caso en marketing digital.