GIRONA NOTICIES.COM + Periodisme

El número de influencers profesionales aumenta un 13,3%

Actualidad Empresarial | 17/07/2024 | 00:00

En los últimos años, el número de creadores de contenido que se dedican a ello de manera profesional ha aumentado de forma progresiva, según un análisis realizado por la consultora de estrategias digitales 2btube.

En 2024 ya son más de 13.600 los influencers que tienen más de 100.000 seguidores en alguna de sus redes sociales y que pueden vivir de ello. Esto supone un aumento del 13,3% respecto al 2023. En este reporte, llevado a cabo por 2btube por cuarto año consecutivo, se han tenido en cuenta sus perfiles en YouTube, Instagram, TikTok, Twitch y Facebook, a partir de datos de la plataforma Tubular.

El análisis arroja también un aumento de los creadores considerados como macro influencers que tienen más de 1 millón de seguidores. En 2024 son más de 1.360, lo que representa un incremento del 23,6% en relación con el año anterior.

En este caso, tan solo se tiene en cuenta a aquellos creadores de contenido que superan el millón de seguidores, pero que no necesariamente cumplen de forma simultánea con todos los requisitos indicados en el Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, para ser considerados “usuarios de especial relevancia”; algunos de estos requisitos son tener ingresos iguales o superiores a 300.000?€ brutos anuales y al menos 1 millón de seguidores en una red social o 2 millones en el conjunto de plataformas, entre otros.

Las cifras del informe de 2btube consolidan la profesionalización de la industria, que cada vez atrae más a las nuevas generaciones. De hecho, 1 de cada 3 niños asegura querer ser youtuber o influencer y el 26% la generación Z dice confiar más en las reseñas de los influencers que en las de una marca, según la encuesta Harris Poll/Lego.

“La creación de contenido ha experimentado en la última década un auge sin precedentes que se enmarca en un fenómeno global. De hecho, se calcula que a nivel mundial hay más de 200 millones de creadores de contenido, según el estudio Creator Report 2023 de LinkTree. Esta tendencia se traslada a las marcas que han comprobado la eficacia de transformarse en creadoras ellas mismas para conectar con su audiencia a través de contenidos multi plataforma y trasladar un mensaje de manera creativa y original”, comenta Fabienne Fourquet, CEO y cofundadora de 2btube.

El sector publicitario español también respalda la creación de contenido de manera profesional

con una inversión en influencer marketing de 79,1 millones en 2023, lo que supone un 23,9% más respecto a 2022, cuando se invirtieron 63,9 millones, como refleja el Estudio Infoadex 2024 de la Inversión Publicitaria en España.

“Contar con datos objetivos sobre el desarrollo de las campañas con influencers es fundamental para profesionalizar la creación de contenido. Gracias al uso de métricas claras y fiables se ha impulsado el crecimiento de este sector que continúa teniendo un gran impacto en audiencias muy diversas y de diferentes generaciones”, asegura Blanca Rabena, Directora General de 2btube. “Desde 2btube somos muy conscientes de que, aunque cada vez hay más influencers, lo fundamental es distinguir cuáles son realmente capaces de lograr los objetivos que se esperan. Para ello, el análisis de los datos es imprescindible”, añade.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/243232-el-numero-de-influencers-profesionales-aumenta-un-133.htm