

Redes sociales, internet y tecnología, nuevas opciones laborales

Recopilado por el Staff de El Inversionista

Los trabajos soñados han cambiado y ahora es común escuchar: “de mayor quiero ser influencer o streamer o youtuber”, nuevas profesiones que están marcadas por el auge de Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías. Mucha gente imagina que los robots les quitarán el trabajo –los seres humanos han visto los avances tecnológicos como una amenaza–, pero generación tras generación al final siempre han surgido nuevas profesiones asociadas a los inventos revolucionarios. Sin embargo, si hay un puesto de trabajo que está dando de qué hablar en los últimos años, este ha sido el creador de contenido, popularmente conocidos como influencers. Los creadores de contenido son personas que se dedican a generar información, normalmente de carácter audiovisual, en plataformas como Youtube, Instagram y TikTok, entre otras, y que cuentan con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales pueden llegar a convertirse en un prescriptor para una marca. El marketing de influencers es una de las tendencias de negocios más importantes. Hoy en día, 83 por

La digitalización ha provocado una transformación en el mercado laboral en la última década que dejó atrás el sueño de miles de niños que soñaban con ser policías o bomberos; hoy anhelan ser influencer o youtuber

ciento de las empresas reconocen la importancia de invertir en este tipo de estrategias, ya que gracias a ellas pueden conectar con millones de usuarios en redes sociales. De acuerdo con Statista, el marketing de influencers se ha convertido en una de las formas de promoción on line más populares y efectivas. Con millones de usuarios de Internet navegando diariamente por las plataformas de redes sociales en busca de entretenimiento, inspiración y recomendaciones de productos, no

sorprende que los especialistas en ventas aprovechen el poder de las caras más reconocibles de las redes sociales para la promoción.

Los valores del mercado global de marketing de influencers ascendieron a 21.1 mil millones de dólares en 2023, habiéndose más que triplicado desde 2019.

“A medida que el respaldo de influencers continúa madurando como industria, el tamaño y el valor de las plataformas también continúan expandiéndose cada año, lo que hace que las colaboraciones entre marcas y creadores sean más rentables que

nunca”, describió Statista en un estudio.

Intentos de regulación

Datos de Influencer Marketing Hub estimaron que las marcas gastarán aproximadamente 21 mil millones de dólares en promoción con creadores en 2023, frente a sólo mil 600 millones hace siete años.

Algunos gobiernos, como el francés, por ejemplo, han decidido regular la actividad y el negocio de los influencers para establecer una serie de derechos y obligaciones, proteger propiedad intelectual, pero también derechos de los seguidores en tanto consumidores.

Empiezan con una definición legal del influencer como creador de contenidos y de sus agentes, así como de sus derechos y obligaciones. También buscan imponer un contrato escrito y una serie de obligaciones establecidas entre estas figuras públicas y las marcas o las agencias con las que trabajan.

El segundo eje es el de la propiedad intelectual, con la idea de crear un sitio de información para los profesionales del sector y protegerlos.

De ahí surgen retos a nivel mundial, pues los creadores de contenido representan una oportunidad de desarrollo profesional.

