

ESP**OP 1: Todo lo que debes saber para dedicarte a la creación de contenido****OP 2: Monetización de los creadores de contenido, más allá de las marcas**

Ciudad de México, 3 de agosto de 2023.- Los **creadores de contenido**, o *influencers* en términos populares, son uno de los grandes fenómenos de nuestros tiempos que no deja de tomar fuerza desde que nacieron las **redes sociales**. Esos espacios de interacción digital se deben a la revolución ocasionada por la Web 2.0, en la cual las personas dejaron de ser sólo consumidores de contenidos para convertirse en creadores.

De acuerdo con un análisis reciente de [Statista](#), el valor global del mercado de *marketing* de *influencers*, que se cotizaba en 1.7 billones de dólares para el año 2016, alcanzaría los **21.1 billones de dólares en 2023**. Con importantes crecimientos anuales, destaca el gran impulso que esta industria tuvo del 2019 al 2021, cuando se duplicó su valor, pasando de 6.5 billones de dólares a 13.8 billones, respectivamente.

Colaborar con creadores de contenido legítimos y de confianza en sus estrategias de *marketing*, permite a las empresas mejorar su visibilidad, **impulsar el compromiso** con sus mercados al cerrar la brecha entre la marca y el consumidor, acceder a grandes audiencias potenciales e **influir en las decisiones de compra**, que es su objetivo final.

Desde el punto de vista de los ***influencers* profesionales**, estos esquemas tradicionales junto con otras oportunidades aún por explorar, les permiten generar ingresos, posicionándose a la vanguardia de un campo laboral emergente. Pasando de lo general a lo específico, aquí hay algunas formas con las que **los creadores de contenido pueden monetizar** su trabajo:

- **Patrocinios y colaboraciones de marca:** Cuando una marca paga al *influencer* para promocionar un producto o servicio en su contenido. Pueden ser *posts* patrocinados, videos, *stories*, etcétera.
- **Marketing de afiliados:** Cuando los creadores se asocian con empresas y obtienen un porcentaje (comisión) de las ventas que se realizan a través de sus enlaces de afiliados, o incluso reciben un pago por cada clic dado.
- **Publicidad en videos:** Plataformas como YouTube ofrecen a los *influencers* la oportunidad de ganar dinero a través de los anuncios que se muestran en sus videos. El Programa de socios de YouTube permite a los creadores de contenido monetizar a través de anuncios, membresías de canales y funciones interactivas como Super Chat, con el cual los fanáticos pueden realizar pagos para que sus mensajes sean más visibles, fijándolos en la parte superior del *feed* cuando el chat está en vivo.
- **Mercancías propias:** Muchos *influencers* crean y venden sus propios productos, como ropa, cosméticos, libros, cursos online, etcétera. Esto les permite tener un mayor control sobre su marca y a menudo puede ser una fuente de ingresos más estable, en lugar de estar dependiendo de las estrategias y campañas de marcas.
- **Plataformas de suscripción y crowdfunding:** Estos sitios web, brindan a los creadores de contenido la oportunidad de ofrecer beneficios exclusivos a los fanáticos que muestren su apoyo pagando una tarifa de suscripción, que puede incluir acceso anticipado a cierto contenido, detrás de escena, mercadería personalizada y más. Ejemplos de tales plataformas son Patreon, Snapmuse.io y Ko-fi.
- **Contenido de pago por evento:** Cuando los creadores de contenido cobran por el acceso a eventos especiales, como conciertos en vivo, clases en línea o seminarios web, entre otros.
- **Cameos y shoutouts pagados:** Algunos *influencers* utilizan plataformas como Cameo para ofrecer videos personalizados a sus seguidores, como felicitaciones, mensajes de agradecimiento, saludos especiales y más.

En las tres primeras formas de monetización de contenidos, los *influencers* dependen en gran medida de las marcas o se apegan a las directrices, a menudo incómodas, de las principales plataformas. Mientras que los últimos métodos ofrecen **cierto grado de independencia**. En esta profesión, es crucial que los creadores se mantengan al día de los avances tecnológicos y las plataformas digitales emergentes. Ahora, con la Web 3.0, algunas alternativas ofrecen **opciones de financiación más atractivas**, sin la intervención de terceros, y rompiendo paradigmas en la relación entre creadores de contenido y seguidores, gracias a la innovación del **blockchain** (cadenas de bloques).

“Construidas con la tecnología de la Web 3.0, pero conservando los mejores aspectos de las redes sociales de la Web 2.0, las nuevas plataformas ofrecen claras ventajas de monetización para los creadores de contenido. Entre ellas, un mayor control de la interacción en relación con sus ingresos; una mejor seguridad de los datos, mediante sofisticadas estructuras de blockchain; y, lo que es más importante, la creación de comunidades realmente sólidas y comprometidas, en las que los seguidores pueden ser más recompensados en función de su nivel de fidelidad”; explica **Moris Alhale**, CEO de [Snapmuse.io](https://snapmuse.io), una nueva plataforma tecnológica para creadores y aficionados a las redes sociales que recientemente se lanzó en América Latina.

Las **vías de monetización para los influencers están evolucionando**, especialmente para aquellos que buscan romper con el dominio de las grandes marcas y las plataformas comerciales; demostrando que realmente pueden ser **alternativos no sólo en la creación de contenidos**, sino también en la forma en que obtienen valor de su trabajo y cultivan comunidades con sus *fans*.

Por último, para que ellos logren **capitalizar esas oportunidades** de las plataformas Web 3.0 y la nueva **monetización digital**, vale la pena destacar algunos **desafíos** que los creadores de contenido pueden enfrentar al buscar mantenerse relevantes y crecer en sus carreras:

Los **constantes cambios de algoritmos** pueden afectar a la visibilidad de los contenidos de los *influencers* y dificultar que lleguen a su audiencia. Las **expectativas de la audiencia** también influyen, ya que los seguidores esperan contenidos nuevos y emocionantes constantemente. **Seguir siendo auténtico** para mantenerse diferente y único, teniendo cuidado de equilibrar la autenticidad en las asociaciones con marcas, que a menudo son una fuente importante de ingresos. Además, los *influencers* deben **tener en cuenta su salud mental**, ya que la presión por mantener una imagen y un estilo de vida determinados puede afectar a su bienestar emocional. Y **hacer frente al cambio** es igualmente importante, ya que las tendencias de las redes sociales se actualizan constantemente en función de las necesidades de los consumidores, al tiempo que surgen con regularidad más competidores y nuevas plataformas. Hay que **mantenerse al día y adaptarse** a estos cambios para garantizar el éxito.

“Para que los creadores de contenido garanticen una monetización constante, no basta con ofrecer material atractivo para sus audiencias en cierto momento específico. Al mismo tiempo, ellos deben saber que existe todo un mundo digital valioso por explotar para sus fines, más allá de las redes sociales tradicionales. Para destacar y seguir cobrando por lo que hacen, es primordial estar dispuestos a evolucionar, adaptarse y aprender constantemente”; concluye el CEO de Snapmuse.io.

OP 1: Everything you need to know to get into content creation

OP 2: Monetizing content creators beyond brands

Mexico City/Bogota, July 20th, 2023 - Content creators, or influencers in popular terms, are one of the great phenomena of our times that have been gaining momentum since the birth of **social networks**. These spaces for digital interaction are due to the revolution brought about by Web 2.0, in which people are no longer just consumers of content, but creators.

According to a recent analysis by [Statista](#), the global value of the influencer marketing market, which was quoted at \$1.7 billion in 2016, would reach **\$21.1 billion by 2023**. With significant annual growth, it highlights the great momentum that this industry had from 2019 to 2021, when its value doubled, from 6.5 billion dollars to 13.8 billion, respectively.

Collaborating with reputable and legitimate content creators in their marketing strategies, allows companies to enhance their visibility, drive engagement with their markets by bridging the gap between the brand and the consumer, access large potential audiences, and influence the purchasing decisions, which is their ultimate goal.

From the point of view of professional influencers, these traditional schemes along with other yet-to-be-explored opportunities, enable them to generate income, positioning themselves in the forefront of an emerging labor field. Moving from the general to specific, here are some ways content creators can monetize their work:

- **Sponsorships and brand collaborations:** When a brand pays the influencer to promote a product or service in their content. These can be sponsored posts, videos, stories, etc.
- **Affiliate marketing:** When creators partner with companies and get a percentage (commission) of sales made through their affiliate links, or even get paid for each click.
- **Video advertising:** Platforms like YouTube, offer influencers the opportunity to earn money through advertisements displayed in their videos. YouTube's Partner Program allows content creators to monetize through ads, channel memberships, and interactive features such as Super Chat. With Super Chat, fans can make payments to make their messages more visible by pinning them to the top of the feed when the chat is live.
- **Own merchandise:** Many influencers create and sell their products, such as clothing, cosmetics, books, online courses, and so on. This allows them to have more control over their brand and can often be a more stable source of income, rather than being dependent on brand strategies and campaigns.
- **Subscription and crowdfunding platforms:** These websites provide content creators with the opportunity to offer exclusive benefits to their fans who show support by paying a subscription fee, which may include early access to certain content, behind-the-scenes, customized merchandise, and more. Examples of such platforms are Patreon, Snapmuse.io, and Ko-fi.
- **Paid content per event:** When content creators charge for access to special events, such as live concerts, online classes, or webinars, among others.
- **Paid Cameos and shoutouts:** Some influencers use platforms such as Cameo to offer personalized videos for their followers, such as congratulatory messages, expressions of gratitude, special greetings, and more.

In the first three ways of content monetization, influencers rely heavily on brands or adhere to the often inconvenient guidelines of major platforms. While the latter methods **offer a certain degree of independence**. In this profession, content creators must stay abreast with technological



advancements and emerging digital platforms. Now, with Web 3.0, certain alternatives offer **more attractive financing options**, without the intervention of third parties, and breaking paradigms in the relationship between content creators and followers, thanks to **blockchain** innovation.

"Built with the Web 3.0 technology while retaining the best aspects of Web 2.0 social networks, new platforms offer distinct monetization advantages for content creators. These include more control over the interaction with their income; better data security, through sophisticated blockchain structures; and most importantly creating really solid, engaged communities where fans can be rewarded more according to their level of loyalty," explains **Moris Alhale, CEO of Snapmuse.io**, a new technology platform for social media creators and fans that recently launched in Latin America.

Monetization avenues for influencers are evolving, especially for those who seek to break away from the dominance of big brands and commercial platforms; demonstrating that they really can be **alternative not only in content creation** but also in the way they derive value from their work and cultivate communities with their fans.

Finally, for them to **capitalize on these opportunities** of Web 3.0 platforms and the new **digital monetization**, it is worth highlighting some **challenges** that content creators may face as they seek to stay relevant and grow in their careers:

Constantly changing algorithms can affect the visibility of influencer content and make it difficult to reach your audience. **Audience expectations** also play a role, as followers expect new and exciting content constantly. **Keep being authentic to be different and unique**, taking care to balance authenticity in brand associations, which are often an important source of revenue. Additionally, influencers must consider their **mental health**, as the pressure to maintain a particular image and lifestyle can affect their emotional well-being. And **coping with change** is equally important, as social media trends are constantly being updated based on consumer needs, while more competitors and new platforms emerge regularly. You need to stay **updated and adapt** to these changes to ensure success.

"For content creators to ensure consistent monetization, it is not enough to offer material that appeals to their audiences at a specific point in time. At the same time, they must know that there is a whole digital world of value to be tapped for their purposes beyond traditional social media. To stand out and continue to get paid for what they do, it is essential to be willing to evolve, adapt and learn constantly," concludes Snapmuse.io's CEO.