

Día del Influencer: ¿Cuál es el estado de salud de la industria en México y hacia dónde va este mercado?

- *México es el mercado más importante para la industria de influencers en todo América Latina, comenta Jorge Zerecero, Strategic Director de Tagger, plataforma líder en influencer marketing.*
- *Un análisis de la plataforma Tagger pronostica que el próximo año tendrá un significativo aumento en el valor del negocio de los creadores de contenido en México.*

Ciudad de México, XX de noviembre de 2023. – El próximo 30 de noviembre se celebra en todo el mundo el Día del Influencer, una fecha dedicada a reconocer a las personas que nos inspiran en redes sociales, y sobre todo, que se dedican de tiempo completo a crear contenidos para dar a conocer productos y servicios a determinadas audiencias.

Además de celebrar a los creadores de contenido, esta fecha también es un momento de reflexión sobre uno de los mercados más jóvenes de los últimos años, también conocido como influencer marketing. Este tipo de negocio ha generado cerca del 75 por ciento de resultados positivos para las empresas en sus campañas al contratar a influencers, según datos de [Influencer Marketing Hub](#).

De acuerdo con **Jorge Zerecero, Strategic Director en Latinoamérica de [Tagger by Sprout Social](#)**, la plataforma de influencer marketing que ayuda a compañías a elegir las mejores estrategias para la selección de influencers, el actual estado de salud de la industria de influencer marketing en México goza de una buena salud, con una mirada puesta a predominar en el top del mercado latinoamericano de las marcas.

“Actualmente, según Statista, los influencers mexicanos tienen un valor de poco más de 24 millones de dólares, sin embargo, nuestro pronóstico será que este valor aumente en el próximo año”, dijo Zerecero.

En los primeros nueve meses de 2023, América Latina se ha convertido en un epicentro clave para el marketing de influencers, destacando especialmente Brasil y México. Según el reporte titulado **“Influencer Marketing in LATAM 2023” de Tagger**, se ha observado un incremento en la publicidad digital, reflejando la creciente confianza en los influencers locales y el impacto de las recomendaciones de pares.

Según las expectativas de **Tagger**, basadas en estudios y análisis desde su plataforma, la confianza en las propuestas de los creadores de contenido estará por las nubes en 2024. A medida que las audiencias se vuelven más exigentes, las conexiones auténticas forjadas por los influencers serán la clave.

“Los usuarios quieren sentirse parte de una comunidad, no sólo quieren ser parte de una estadística de números de seguidores o ‘likes’. Además, los influencers han experimentado cómo el foco sobre ellos ha crecido de manera notable”, comentó el especialista.

El informe también destaca la diversidad cultural de cada país latinoamericano, subrayando la importancia de comprender estos matices para las marcas que buscan ingresar o expandirse en este mercado en rápido crecimiento. Brasil y México han exhibido métricas significativas este año, proporcionando información valiosa sobre sus dinámicas escenas de influencers.

El análisis específico de México revela que Instagram domina con 122,000 publicaciones y una impresionante tasa de participación del 1.64%. TikTok muestra una alta interacción del usuario con el 1.97%, mientras que YouTube destaca en contenido de video con una tasa de interacción del 0.38%.

El mercado de México se destaca por aprovechar estrategias de influencers basadas en datos. La creciente popularidad de TikTok, combinada con una sólida presencia en YouTube que abarca diversos contenidos, posiciona a México como un mercado lucrativo para las inversiones en influencers.

Por su parte, el Informe [Influencer Marketing Benchmark Report](#) reveló que el influencer marketing aumentó durante la pandemia y ha seguido prosperando desde entonces. Se proyectaba que la industria del marketing con influencers alcanzaría aproximadamente los 21.1 mil millones de dólares en 2023. Según [Data Bridge Market Research](#), se espera que el valor del mercado de plataformas de marketing con influencers llegue a los 69.92 mil millones dólares para 2029, con una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta del 32.50% durante el periodo 2022-2029.

Zerocero agregó que los anteriores datos globales de **Tagger**, y de otras organizaciones, son importantes para México, porque es el mercado más importante de América Latina en dicha industria, y por lo tanto, parte de dicho porcentaje llegará a los bolsillos de los influencers nacionales durante sus próximas campañas.

###

Sobre [Tagger](#) by Sprout Social.

Tagger by Sprout Social es un líder global que revoluciona cómo las principales marcas y agencias aprovechan los datos y analítica para impulsar estrategias de influencer marketing y con creadores de contenido. Con el respaldo de empresas globales, Tagger es una solución disruptiva de software como servicio (SaaS, por sus siglas en inglés) que ofrece una experiencia inigualable. Al aprovechar asociaciones de API o interfaz de programación de aplicaciones con las principales plataformas sociales, Tagger conecta con miles de millones de perfiles de influencers y millones de cuentas de redes sociales con puntos de datos sociales, además de ofrecer la inteligencia social más robusta de la industria para generar ideas accionables. La plataforma de Tagger ofrece análisis potentes, capacidades todo en uno e integraciones estratégicas para flujos de trabajo de campañas eficientes. Para obtener más información, visita www.taggermedia.com.

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/TaggerMedia1/>

Instagram: <https://www.instagram.com/taggermedia/>

Twitter: <https://twitter.com/taggermedia>



YouTube: [Tagger Media](#)

another

Ernesto Nicolás - PR Expert

ernesto.nicolas@another.co

(+52) 5578967193