

La Influencer Marketing Week desvela el presente y futuro del Marketing de Influencers

El mayor evento de profesionales del marketing de influencers concentra a más de 300 personas. Intervinieron 30 destacados profesionales de la industria del influencer marketing

El pasado jueves, 25 de abril, se llevó a cabo la Influencer Marketing Week, en la escuela ISDI Madrid. El evento reunió a más de 300 profesionales, entre influencers, marcas, plataformas y agencias. El evento, organizado por IM365, el portal líder sobre contenido de marketing de Influencers de habla hispana, contó con la presencia de algunas de las agencias más representativas de la industria como Hamelin Agency, SocialPubli, Influencity, TERRITORY Influence, ShowMB, Easypromos, Kolsquare, Metapic, Be My Creator, kitlify, Youplanet, La Crème Agency, entre otras. Asimismo, otras marcas de renombre como Nespresso, Coca-Cola, Taxdown, Cober y la empresa catalana CBD tampoco quisieron perderse la cita.

José Elías fue uno de sus más reconocidos asistentes

El evento, uno de los más destacados del mundo del influencer marketing, contó con la presencia destacada del empresario José Elías. El fundador de Audax, quien figura en la Lista Forbes de España, dio su testimonio ante el público de la Influencer Marketing Week en la faceta como creador de contenido. Marisa Oliver, de Hamelin Agency, experta y pionera en influencer marketing en España, fue la moderadora de una mesa redonda que giró en torno a tres grandes pilares: legislación, crecimiento y tendencias.

Según lo expuesto en la mesa redonda, ninguno de los expertos entendió que se esté legislando sin sentarse con los principales actores de la industria. Actualmente, pues, se opera sin contar con las agencias de representación o marketing y los talentos digitales. Así, según se entiende desde el sector, es imposible trazar una estrategia común y que cuente con todos los actores del colectivo. A día de hoy, sin ir más lejos, se pretende comparar a los creadores de contenido con medios televisivos; cuando ni la manera de operar, ni la manera de consumir el contenido, tienen la naturaleza idónea para soportar la misma legislación.

Un crecimiento imparable del sector

Es un hecho que la industria no deja de crecer. De hecho, el marketing de influencers es la segunda industria que más ha crecido dentro del paraguas del marketing. Algo que se nota especialmente en el sector agencias, donde ya existen más de 100 agencias especializadas; y en el sector de los creadores de contenido, que no para de crecer día tras día. Dicho crecimiento, especialmente incesante en el caso de los creadores de contenido, tiene su presencia también en los anunciantes. Pues la inversión por parte de este colectivo crece a razón de dos dígitos por año, según cita un estudio elaborado por Kolsquare.

¿Hacia dónde va el sector?

Fue una de las grandes preguntas del evento. En este sentido, cabe reseñar que la pandemia trajo el

nacimiento masivo de perfiles especializados en verticales como fintech, legal, sanidad, arte, cultura, cine, entretenimiento o salud mental, entre muchos otros. El auge de dicho contenido provocó que muchas marcas apostaran, ya sin recelo alguno, por los creadores de contenido.

Para disponer de toda la información complementaria y una extensa memoria del evento, es posible dirigirse a este enlace.

Datos de contacto:

Oscar Cumí

CMO en Influencer Marketing 365

93 380 17 62

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [Eventos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>