

# El 95% de las marcas españolas confía en los influencers

## [Multimedia](#)

### **El público tiene en cuenta las opiniones de los nuevos referentes digitales y las marcas no quieren perder esta oportunidad para llegar a su público**

Se ha convertido en una de las palabras que más se utiliza hoy en día. Es la nueva profesión que ha surgido gracias a las redes sociales. El fenómeno *influencer* ha llegado para definir las estrategias de las campañas de publicidad. Las marcas apuestan por estos líderes digitales porque los resultados convencen. Así lo indica Brandmanic, agencia especializada en campañas de Marketing de Influencers a nivel mundial.

Su primer Estudio sobre Marketing de Influencers en España 2018, analiza en qué estado se encuentra este sector en nuestro país. Son más de 100 profesionales del Marketing y la Comunicación de distintas agencias de publicidad y empresas españolas los que han participado, aportando sus ideas y su visión.

Lo más destacable es que un 79% valora positivamente el trabajo llevado a cabo con influencers. En concreto, un 21% considera que sus resultados en este tipo de campañas han sido “muy positivos” por lo que se espera que repitan.

A la hora de escoger un influencer se valoran muchos aspectos y no solo el número de seguidores que acumula en su perfil. El fotógrafo profesional [Sergio Jáuregui](#), acostumbrado a trabajar con muchos de ellos, explica lo importante que es disponer de un buen material audiovisual para presentarse ante las marcas.

Así, se valora la capacidad de conectar con la audiencia o el grado de engagement de estos líderes digitales con su público pero las compañías también estudian si la imagen que representan encaja con la que éstas quieren transmitir. Además de un book profesional, Jáuregui reconoce que la calidad de las fotografías de las redes sociales es fundamental porque refleja mucho más que una apariencia. Es también una forma de contar lo que hace diferente a cada uno, el estilo, la esencia, explica el fotógrafo. En un mundo tan globalizado como el de hoy en día, Jáuregui recomienda a sus clientes que sean únicos.

En el estudio del fotógrafo, cada vez llegan más proyectos con influencers que quieren continuar con este camino y hasta profesionalizarlo. No es de extrañar, ya que el 95% de las marcas españolas que trabajan habitualmente con ellos, planean mantener o incluso aumentar en este 2018 su inversión en el sector.

## Sobre Sergio Jáuregui

Sergio Jáuregui es un fotógrafo freelance especializado en moda y catálogo, influencers, pareja y embarazos, producto, bodegón y e-commerce, corporativa, deportiva y de eventos. Dispone de estudio para realizar sesiones interiores pero también ofrece la posibilidad de realizarlas en el exterior. Afincado en Barcelona, realiza proyectos por toda Cataluña para poner la fotografía profesional al alcance de todos.

---