

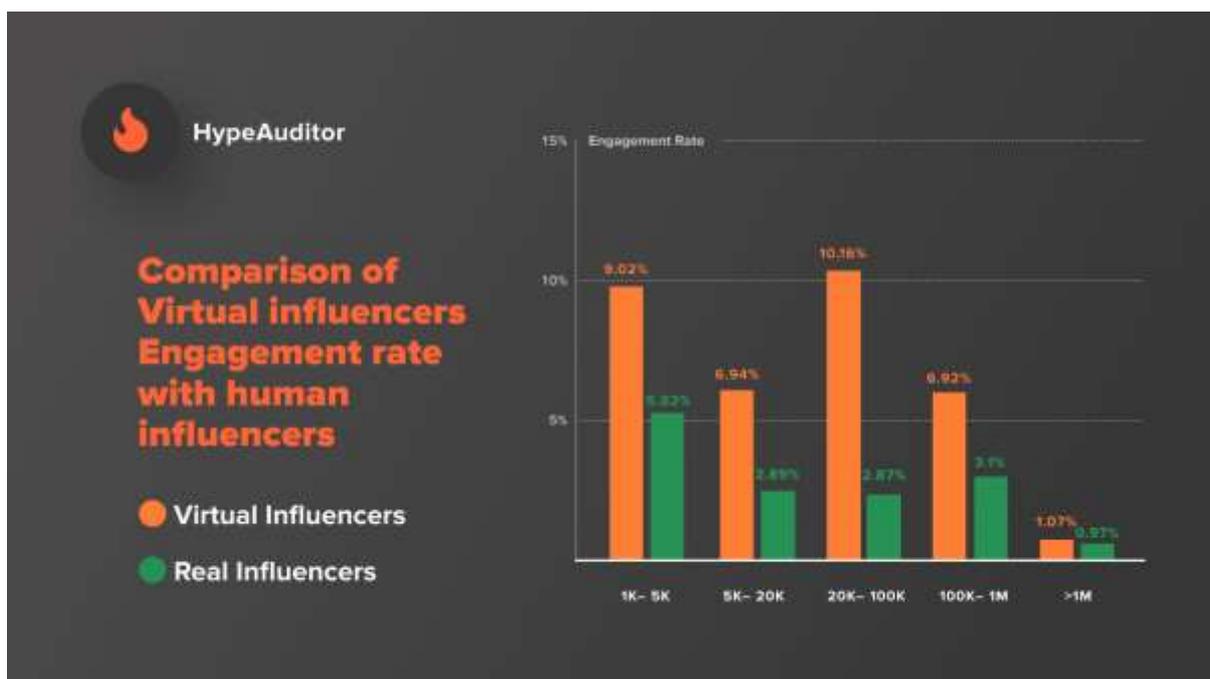
Virtual Influencer: Una ola del future

Vivimos en una era digital donde las redes sociales juegan un papel importante para influir en las personas. Los influencers a menudo son utilizados por las empresas para promocionar su marca y productos. Según el centro de marketing de influencers, se espera que el marketing de influencers alcance los \$ 16.4 mil millones para 2022 a nivel mundial. Los influencers son utilizados por alrededor del 67% de las empresas para comercializar sus marcas. Como resultado, los influencers juegan un papel importante en la promoción de una marca o producto.

Influencer humano

Las empresas planifican y gastan dinero para promocionar su marca a través de personas influyentes. El presupuesto para los influencers humanos se decide principalmente por el tipo de influencer basado en los seguidores. Hay diferentes tipos de influencers, incluyendo nano, micro, macro y mega influencers. De manera similar a cómo se pueden encontrar las losas salariales para los trabajadores de oficina, cada categoría de influencer se define dependiendo de la losa de los seguidores asignados. Por ejemplo, nano-influencers, micro-influencers, influencers de nivel medio, macro-influencers, mega influencers.

Las personas influyentes utilizan las redes sociales para influir en los consumidores, desarrollar confianza en los productos y servicios, y crear conciencia sobre ciertas preocupaciones sociales. Durante COVID19, muchas personas influyentes publicaron contenido aspiracional para ayudar a las personas a hacer frente a las circunstancias. Sin embargo, dado el estado actual de la tecnología avanzada, la dependencia de los influencers humanos puede disminuir. Una comparación publicada por hypeAuditor lo confirma.



Origen de la imagen : [The Top Instagram Virtual Influencers in 2020 \(hypeauditor.com\)](https://hypeauditor.com)

Virtual Influencer

Los influencers virtuales regirán el siguiente período. Un influencer virtual es una imagen digital generada por computadora utilizada de manera similar a los influencers humanos. La ventaja de usar un influencer virtual es que se pueden aplicar varias iteraciones. Según los datos de Statista, el 58% de los clientes siguen a los influencers virtuales. Las empresas están desarrollando más influenciadores de marca virtuales. Uno de los principales beneficios de un influencer virtual es que nunca envejece y nunca está involucrado en escándalos.

Recuerde, el concepto de personaje virtual se remonta a 1930. Los influencers virtuales de hoy son descendientes de personajes imaginarios como Cynthia el maniquí de yeso, Hatsune Mike, Ami Yamato, etc. Algunos de los influencers virtuales se muestran a continuación:

Virtual Influencer	Primera aparición
Barbie	1959
Geico Gecko	2000
Hatsune Miku	2007
Lu of Magalu	2009
Serah Reikka	2010
Anna Cattish	2011
Ami Yamato	2011
Pete Zaroll	2014
Ion Gottlich	2015
Any Malu	2015
Miquela Sousa	2016
Kizuna AI	2016
Bermuda	2016
Ezmusgita	2017
Scazy Boy	2017
Yoox	2018
Bee	2019
Kyra	2021

Origen de los datos: [Who Was the First Virtual Influencer? — VirtualHumans.org](https://www.virtualhumans.org/who-was-the-first-virtual-influencer/)

Global Virtual Influencer

Himanshu Goel, un graduado en administración, creó 'KYRA', el primer influencer virtual de la India. Hizo su primera aparición en 2021 y se actualizó en 2022. Según los datos de enero de 2022, hay alrededor de 100000+ seguidores. 'KYRA' también participó en el evento de moda metaverse y recibió comentarios positivos de los clientes.

Del mismo modo, muchas otras empresas utilizan influencers virtuales para promocionar sus marcas. Por ejemplo, el 2 de diciembre de 2022, Capital Land (Singapur) presentó un influencer virtual llamado 'RAE' y participó en varias campañas con marcas de moda como Moschino y Gucci.

Las empresas surcoreanas también utilizan una variedad de influenciadores virtuales para comercializar sus productos y servicios. Las empresas surcoreanas también utilizan una variedad de influenciadores virtuales para comercializar sus productos y servicios. Están felices de que estos influenciadores virtuales no cuestionen el contenido y su viabilidad. AESPA, ROZY, KIM-JU-HA, DAIN son algunos nombres de influenciadores virtuales de Corea del Sur. En los próximos años, continuarán manteniendo su dominio con un número creciente de nuevos influenciadores virtuales impulsados por IA.



Virtual Influencer RAE: Photo: CapitaLand (Origen de la imagen : CNA- channelnewsasia.com)

Futuro con Virtual Influencer

Debido a sus cualidades dinámicas, los influencers virtuales generados por IA sin duda continuarán dominando el mercado. El diseñador es capaz de regular la actividad utilizando contenido efectivo basado en cambios ambientales. Para 2025, los influencers virtuales representarán el 30% de todo el gasto en marketing de influencers, según Gartner. Una vez que los especialistas en marketing comprenden el concepto, el potencial de los influenciadores virtuales se hace evidente, ya que es una propuesta rentable con menos molestias.

Fuente de la información: [India's First Virtual Influencer is 21-year-old Kyra with over 95K Followers on Instagram \(msn.com\)](#), [The rise of virtual influencers: the phenomena taking over fashion marketing \(fashionunited.com\)](#) ; Gartner Report; [Capitaland reveals it created virtual influencer Rae to test commercial viability of new technology - CNA \(channelnewsasia.com\)](#)