


ECONOMÍA Y EMPRESAS REDES SOCIALES

# "Ya no es requisito ser famoso para tener influencia en redes"

 Por Victoria Mujica Marzo 22, 2017 05:00

 TIEMPO DE LECTURA: 4 MINUTOS


**Spotlike, plataforma que une a las marcas con los influenciadores, llegó a Argentina, en donde proyecta alcanzar los 5.000 registros antes de fin de año**


C. DOS SANTOS

**Nicolás Ovalle y Bruno Petcho, fundadores de Spotlike**

El 96% de los internautas uruguayos miran con frecuencia videos online, según un informe presentado en setiembre de 2016, en conjunto entre **Grupo Radar** y **Spotlike**. La startup, creada por **Nicolás Ovalle** (28) y **Bruno Petcho** (25), es una plataforma automatizada en la que las marcas, influenciadores, y creadores de contenido se conectan y colaboran para la creación de estrategias publicitarias, utilizando el video online como principal herramienta.

Ovalle y Petcho se conocieron en la agencia de publicidad Punto Ogilvy, en donde tuvieron la posibilidad de trabajar en un proyecto para una marca del mercado con un personaje influyente de las redes sociales –lo que se conoce como influenciador–. "No se concretó el negocio, pero encontramos que había una oportunidad de concentrarnos en el proceso de conectar marcas con influenciadores, y entendimos que haciendo una plataforma que lo automatizara, era la forma más escalable para expandirnos al resto de la región", contó Petcho.

A fines de 2015 fueron seleccionados por el fondo Jóvenes Emprendedores de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), y con el apoyo del **Centro de Innovación y Emprendimiento** de la Universidad ORT, comenzaron a trabajar con cuatro marcas uruguayas con acciones concretas con influenciadores locales. **ANTEL**, Hyundai, Banco Santander y Umbro fueron esos primeros anunciantes.

El co-fundador de Spotlike, Nicolás Ovalle, comentó que en un caso, utilizaron un influenciador para amplificar una acción de la marca, "en otro seleccionamos a un influenciador para que sea el personaje de una campaña de la marca, y en otros casos hicimos campañas exclusivas con influenciadores".

**"Muchas veces son las propias marcas las que les piden a las agencias un influenciador". Nicolás Ovalle, cofundador de Spotlike.**
 [Twitter](#)

En el caso de la campaña del Banco Santander para colaborar con la Teletón, se convocó a influenciadores uruguayos a un desafío para invitar a un evento con el fin de recaudar fondos para la organización. "Se duplicó el engagement promedio de cada red social, se genera interacción entre el público objetivo que sigue a ese influenciador y la marca", explicó Ovalle.


**Pablo Stand Up fue uno de los influenciadores que participó de la campaña del Banco Santander por la Teletón**

## Conectar con un fin

Spotlike actúa como un "marketplace", ayudando a que las marcas y los influenciadores o youtubers se conecten.

"La mayoría de las veces, las marcas tienen claro lo que quieren en el brief, cuentan con un presupuesto y lo que hacen es decirle al influenciador o youtuber, qué es lo que quieren llevar a cabo", comentó Ovalle.

Por lo general, la dinámica es la siguiente: los influenciadores reciben la propuesta con el brief, que ya viene con una pre segmentación. Algunos influenciadores trabajan sobre lifestyle, otros son bloggers, otros se dedican a la música, y a las marcas les interesan diferentes aspectos dependiendo de la categoría temática de cada uno. "Al influenciador le llega la propuesta y puede hacer una contrapropuesta a la marca", resumió.

El actual desafío para llegar a la internacionalización, es automatizar la herramienta y que ambas partes se conecten y cierren el acuerdo mediante la plataforma, sin necesidad de que intervenga un ejecutivo para asistirlos.

**"La oferta de influenciadores crece a pasos agigantados en Uruguay y la región". Bruno Petcho, cofundador de Spotlike**

La plataforma es de uso gratuito tanto para influenciadores como para las marcas. En el caso de que una marca concrete con un influenciador, Spotlike interviene en la transacción y ahí se genera la ganancia del emprendimiento.

Actualmente hay 200 usuarios registrados en la plataforma (entre marcas e influenciadores); 45 son de Uruguay y el resto de Argentina, país en donde se abrió Spotlike la semana pasada.

"Tenemos 60 registros por día (en Argentina, en los primeros tres días desde que fue inaugurada); intentaremos alcanzar los 5.000 influenciadores en la plataforma para fines de este año", apuntó.

## El futuro de las marcas

Según estimaciones relevadas por el equipo de Spotlike, el mercado de **América Latina** en el uso de influenciadores para las marcas, tiene un potencial de US\$ 700 millones, de los cuales en 2016 solo se invirtió US\$ 100 millones, y los emprendedores esperan que crezca 40% en este año.

"Lo que buscamos son influenciadores o youtubers que no trabajen con managers porque no llegan al rango de celebrities. Apuntamos a potenciar a quienes tienen más de 2.000 seguidores, y una comunidad activa", explicó Ovalle.

En Uruguay, para las marcas con las que han trabajado, recurrieron a influenciadores como Luciana Acuña, Pablo Stand Up y Fitfix, entre otros.

"Argentina tiene un mercado enorme, y todo el tiempo se crean nuevos influenciadores", dijo Ovalle. Agregó que las nuevas generaciones "se crean perfiles en redes sociales y comienzan con videos relacionados al lifestyle y terminan creando una comunidad sin saberlo; ya no es requisito ser famoso para tener influencia en redes".

El plan de Spotlike para su internacionalización comienza en Argentina pero tiene previsto continuar en Chile y Perú, por el nivel de penetración de las redes sociales en esos países, y el desarrollo del mercado publicitario. "Sin duda que los mercados más atractivos son en México y Brasil, pero hay que tener capacidad para ingresar", explicó el emprendedor.

Según Bruno Petcho, la industria publicitaria está cambiando, y las marcas están buscando entretener a las personas. "Hoy, los que saben cómo entretener a las personas son los influenciadores. Es muy interesante para una marca, en vez de buscar cómo producir entretenimiento, aliarse a un influencer que ya lo hace y unir su marca con él", sintetizó.

Para Ovalle "existe la necesidad" y ellos están "en el momento correcto".

[Ver más](#) [emprendedores](#) [redes sociales](#) [youtube](#) [Publicidad](#)

### Notas Relacionadas



NEGOCIOS

**La otra cara de Punta del Este: invierno de convenciones**


PROPUESTA

**Se viene la fiesta desatada de la creatividad publicitaria**

### Populares de la sección



BALANCE

**UTE ganó US\$ 404 millones; más de la mitad fue a la caja del**

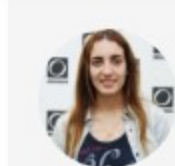

NEGOCIOS

**La otra cara de Punta del Este: invierno de convenciones**


MERCADO

**Precio de inmuebles en dólares se aceleró de nuevo en febrero**

### Acerca del autor


**Victoria Mujica**

Periodista de Café &amp; Negocios

[Informar un error en la noticia](#)

### Las más leídas


**Montevideo es la ciudad más cara de América Latina, según estudio**

**Disturbios en desalojo a local de Plenaria, Memoria y Justicia**

**Soy Luna habla de su show en Uruguay**

**El momento en que un activista irrumpe en la OEA para increpar a Almagro**

**Policía liberará calles ocupadas sin previa consulta a la Justicia**

### Blogs

#### Brasil, el Paraíso en veremos


**05:00 Uruguay subsiste a espaldas de un gigante embrollado**

por Miguel Arregui

#### El arte urbano que inspira


**Esta semana nos sorprendimos con las múltiples muestras de protesta en el marco del**

por Gabriela Pallares

#### Los misteriosamente bajos salarios chinos

**Han crecido más que el aumento de la productividad del último cuarto de siglo**

#### La ley que protege a los perros de asistencia y en socialización


**Existe una ley que les permite el acceso a espacios públicos y privados de acceso**

por Lucía Di Cicco

Tweets por @ObservadorUY


**El Observador** @ObservadorUY

 La IMM sugiere alternativas para llegar al centro debido al desvío en Av. Italia por un accidente. [elobservador.com.uy/desvios-avenid...](#)

**Desvíos en avenida Italia por accidente**  
 La IMM sugiere alternativas para llegar al... [elobservador.com.uy](#)
  10min

El Observador retweeteó


**Cromo** @CromoUY

Científicos buscan encontrar nuevos detalles sobre el estilo de vida de la gente común en la Inglaterra medieval.

[Insertar](#)
[Ver en Twitter](#)
[Carta de Lectores](#) [Suscripciones](#) [Beneficios 365](#) [El Observador +](#) [Clasificados](#)


### Secciones

Economía y Empresas	Nacional
Mundo	Opinión
Cromo	Agro
Salud	Espectáculos
Viajes	Estilo
Seisgradados	Especiales
Publicaciones	Remates
	Recomendadas

### Social

Facebook
Twitter
Instagram
Youtube
Spotify
Pinterest
Google +

### Servicios

Carta de Lectores
El Tiempo
Fúnebres
Publicación Fúnebres
Rsa
Restaurantes
Contacto
Política de Privacidad
Términos y condiciones

### Temas

Concurso de Carnaval	Proyecto de ley
Plan Estratégico Nacional del Rubro Ovino (Penro)	Gerardo Gabriel Delorenzo
Asociación Rural de Soriano	Actividades
Francisco Sanabria	Negocios
Roberto Markarian	Holanda
Sanabria	bioseguridad
Cirque du Soleil	"Indio" Solari,
	Padre Cacho
	Gay Talese
	George Michael