

YouTube es la ventana favorita del mundo

Cada vez más personas eligen pasar el tiempo con YouTube, ya sea en un dispositivo móvil de bolsillo o en el televisor de pantalla plana de su casa.

EL MUNDO SE ESTÁ PASANDO A YOUTUBE

Once años después de su lanzamiento en 2005, YouTube se utiliza de forma generalizada. Los datos demográficos clave de usuarios de entre 16 y 34 años indican que YouTube es la plataforma preferida en todo tipo de dispositivos, con un crecimiento destacable en pantallas pequeñas y grandes.



En el primer trimestre de 2016, según los datos de Comscore y BARB, solo en móviles, **YouTube ha tenido una cobertura mensual media entre los usuarios de 18 a 34 años del Reino Unido mayor que cualquier otro canal comercial de televisión.**¹



Casi la mitad de los encuestados de entre 16 y 34 años del Reino Unido afirmaron haber visto contenido de YouTube en un televisor.²



Si tuvieran que elegir,

41%

el de los encuestados de entre 16 y 24 años del Reino Unido escogerían YouTube frente a la televisión, los servicios de suscripción de vídeo o los sitios web de streaming. Solo el 27% elegirían la televisión.²

YOUTUBE MUEVE EL MUNDO

Cada día, millones de creadores entusiastas publican contenido en YouTube para sus fieles seguidores. Estos YouTubers tienen una gran influencia a la hora de diseñar contenido y difundir cultura de interés general, pero son más cercanos que las estrellas del pasado. La comunicación interactiva entre los creadores y la audiencia hace que los espectadores se sientan más próximos a los creadores de YouTube que a los famosos en el sentido convencional del término.



59%

El 59% de los encuestados de entre 16 y 34 años del Reino Unido creen que pueden encontrar más contenido sobre las cosas que les interesan en YouTube que en la televisión.²



Más de

190

canales de YouTube del Reino Unido han superado el **millón de suscriptores**.³



Actualmente hay un

50%

más de canales en el Reino Unido con un millón de suscriptores que hace tan solo 12 meses.³

YOUTUBE PUEDE MOVER TU MARCA

Una audiencia interesada es una audiencia interactiva, con un gran potencial para establecer relaciones sólidas entre los consumidores y las marcas. Estudios recientes muestran que YouTube ofrece un ROI más alto que la televisión tradicional con los niveles de inversión actuales, mientras que las mediciones multipantalla prácticamente en tiempo real proporcionan datos de campaña aprovechables muy detallados.



Con los niveles de inversión actuales, **YouTube ha generado un ROI más elevado que la televisión** en el

77%

de los estudios.⁴

FUENTES

- 1 comScore y BARB, primer trimestre de 2016, Reino Unido
- 2 Encuesta online para Google de YouGov Omnibus, mayo de 2016, Reino Unido
- 3 Datos de Google, Reino Unido, 15 de abril de 2016 frente a 15 de abril de 2015
- 4 Estudio europeo de Google y terceros, 2013-2016, número total de estudios: 56