

YOUTUBE SE IMPONE A LA TELEVISIÓN

(Encuesta entre youtubers)

Youtube desplaza a la Televisión. Un 36'4% de jóvenes “youtubers” han abandonado definitivamente la pantalla tradicional y solamente ven vídeos a través de la plataforma de internet. Son datos revelados por una encuesta realizada entre 1.000 jóvenes youtubers por BranTube.com, la plataforma de influencers en Youtube.



Los nuevos hábitos de acceso a los contenidos audiovisuales entre los jóvenes van desplazando paulatinamente a la televisión en favor de Youtube. Este último se está convirtiendo en su principal medio de comunicación audiovisual.

La plataforma de **influencers en Youtube** [BranTube.com](https://www.brantube.com) ha realizado una encuesta entre sus youtubers registrados para conocer el hábito y las costumbres que poseen en la actualidad.

El 36'4% de estos jóvenes solamente accede a los contenidos audiovisuales a través de la plataforma de internet y no ve la televisión en casa, mientras que la mitad de los encuestados le dedica el 75% del tiempo a Youtube y un 25% a la televisión. Por el contrario solamente el 14'3% equipara el porcentaje entre los dos medios.



Esta encuesta refleja la práctica que con el uso de Youtube los jóvenes han ido marcando en sus nuevos hábitos de estilo de vida. Las conclusiones del estudio indican un paso tecnológico desde el mundo analógico al digital, nuevas tendencias en gustos audiovisuales y un marcado perfil profesional adjunto a la creación de contenidos en formato de vídeo.

La encuesta se ha realizado **sobre una base de 1.000 jóvenes youtubers** que llevan un tiempo en la plataforma de vídeos, donde todos superan los 1.000 seguidores/suscriptores y conocen las técnicas para publicar, gestionar y mantener sus canales en Youtube activos.

Cada vez más la gestión de un canal en Youtube se está convirtiendo en una acción profesionalizada, el hecho de poder monetizar un vídeo y ganar dinero con ello hace que los jóvenes se animen a lanzarse e intentar transformar una afición o pasatiempo en un recuso semiprofesional.

Siendo constantes en las publicaciones de los vídeos y centrados en un nicho concreto, se puede llegar a conseguir seguidores en muy poco tiempo, conociendo algunas técnicas que el algoritmo de Youtube tiene en cuenta, pueden crecer exponencialmente en visualizaciones de los vídeos y en número de seguidores.

A partir del segundo año y siguiendo una continuidad en la subida de vídeos a Youtube se registra un porcentaje de ganancias que supera sus expectativas. Esta motivación hace que su tiempo de dedicación aumente con el consiguiente incremento en la remuneración.

Un amplio porcentaje de youtubers se dedicaría exclusivamente a la gestión de su canal de vídeos, el 83,1% se dedicaría solamente a subir vídeos a Youtube si ganasen el suficiente dinero. Por otra parte, un 13% indica que podrían compaginar el trabajo de youtuber con otra salida profesional. Todo ello conlleva que con youtube pueden obtener una buena fuente de ingresos, pero también tienen una cierta motivación profesional para dedicarse a otra labor.



En la encuesta podemos observar que solo un 5,2% de los youtubers supera los **500 euros/dólares al mes** de ingresos por su trabajo, pero un amplio porcentaje, el 32,5% , está en una horquilla de ganancias situada entre los 100 €/€ y los 300€/€ al mes, un dato que nos permite afirmar que con esta cantidad tienen sus necesidades resueltas.



Los jóvenes que tenían como referente el mundo de la televisión y situaban a sus personajes famosos dentro de este ámbito han cambiado sus referencias. Así pues, consideran a los youtubers de influencia como referentes en sus vidas y les gustaría seguir sus pasos.

Un porcentaje mayoritario se identifica con el hashtag **#MamaQuieroSerYoutuber** y no siente ninguna atracción por el viejo concepto del famoso en TV. Un 32,5% siente la necesidad de ser reconocido y convertirse en referente, ya sea en Youtube o en televisión.



Los influencers en Youtube están siendo un referente de acciones de promoción para las empresas, de hecho [Youtube es la red social con el mejor ROI](#) o retorno de la inversión según la revista económica Forbes.

Un reciente estudio de Google afirma que el retorno sobre **la inversión de las campañas de Adwords en Youtube supera al ROI de la televisión**, estudio realizado en distintos países y analizando 56 casos prácticos.

Las empresas conocen la importancia de tener un canal en Youtube debido al enorme volumen de usuarios que mueve esta red social, **1.000 millones según su última estadística**, es la única que permite monetizar las aportaciones, los jóvenes han encontrado una puerta abierta a su creatividad y a la vez encuentran una fuente de ingresos.

Muchas pymes no encuentran a la persona que pueda suministrar el formato de vídeo necesario para ser constantes en Youtube, a diferencia de Facebook o Twitter que la gestión de un community manager soluciona la cuestión, pero hay productoras que añaden la función de [creación, mantenimiento y gestión de canales en Youtube](#), funcionan como agencias de youtubers y tienen una gran base de datos donde encontrar el perfil exacto para la empresa y entregar contenido buscado en Youtube.

En este artículo puedes ver algunos datos extraídos de la encuesta, consta de 10 preguntas referidas a su hábito de vida y experiencia con Youtube. Cuanto dinero ganan con sus vídeos o los vídeos que más les gustan son alguna de las preguntas que contestan los youtubers.

Encuesta realizada por **BranTube** entre una base de datos de 1.000 youtubers registrados.

Realizada entre los meses de **Agosto y Setiembre de 2016**.

©BranTube / **Marketing de influencers en Youtube**

Puedes ver la encuesta y descargarla en <https://goo.gl/V8s1A5>