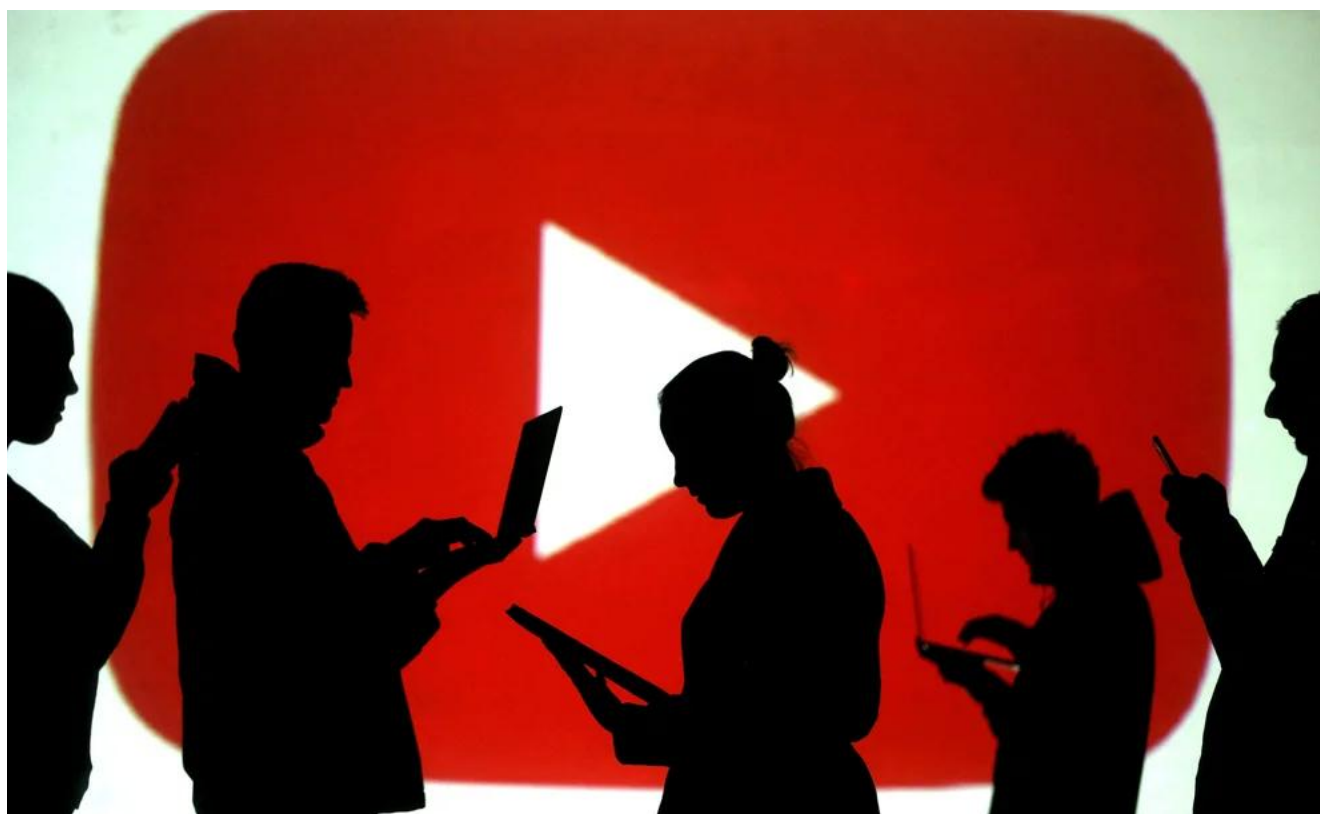


# Más de 15 millones de argentinos vieron YouTube en su TV

02/11/2022



El evento que reúne a creadores, anunciantes y marcas interesadas en generar contenido en la plataforma de **YouTube**, llamado **Brandcast**, presentó las principales tendencias de video del año 2022 en **Argentina** con el objetivo de conocer más a la audiencia del país y sus comportamientos dentro de la plataforma.

A nivel local, **YouTube** es un espacio con muy buen rendimiento entre el público argentino pues según el informe realizado por **Ipsos**, empresa dedicada al estudio de mercado, la plataforma de **video** es considerada como la mejor para encontrar contenido relevante.

Además, en lo que respecta a su alcance, más de **31.9 millones de personas** en el país ingresaron a YouTube desde algún

dispositivo, lo que representa casi el **70 % de la población**. hasta junio de este año. Por otro lado, se registró que más de **15 millones** de personas consumieron el contenido que ofrece la plataforma desde un televisor o utilizaron la aplicación de **YouTube TV**.



15 millones de personas consumieron el contenido que ofrece la plataforma desde un televisor o utilizaron la aplicación de YouTube TV. (foto: ComputerHoy)

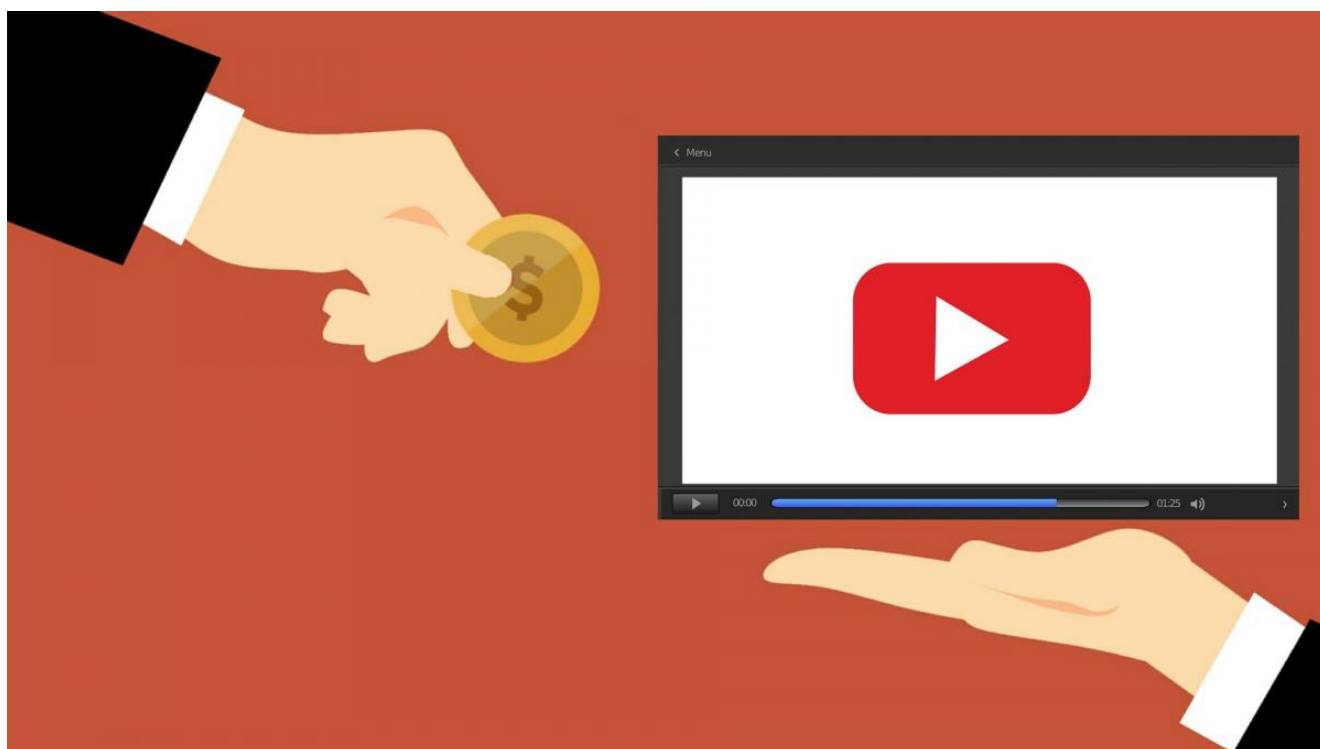
Según la **información** presentada por Ipsos, pese a que la tecnología presenta múltiples opciones para que el público argentino consuma **contenido** que le agrada, YouTube es considerada como una plataforma que ofrece contenido de calidad con el **96 % de opiniones** que piensa eso. Esta estadística no solo considera a los videos de entretenimiento, sino también a aquellos que tienen el objetivo de **educar**.

El **89 %** de las personas que participaron del estudio de Ipsos indicaron que YouTube les ayudó a **aprender** algo nuevo y un total de **82 %** considera que el **contenido** de la plataforma es estimulante para sus mentes.

# El impacto de YouTube en las decisiones de compra

En lo que respecta a la exposición de las marcas que hacen publicidad o a los creadores de contenido que elaboran videos en los que dan a conocer nuevos productos a su audiencia, YouTube mostró en el evento **Brandcast** que su sitio web es el ideal para este tipo de contenido.

De hecho, el **63 %** de los usuarios de la plataforma en Argentina indicó que YouTube es una plataforma que les ayuda a decidir qué comprar, mientras que el **74 %** de los participantes indican que llegan a conocer nuevas marcas o productos gracias a los anuncios.



Socio de YouTube y poder colocar anuncios en los videos.  
(foto: 20Minutos)

Además, debido a que la exposición de una marca aumenta al ser difundida en **YouTube**, el 70 % de las personas encuestadas considera que son más propensos a **considerar una marca** o producto.

En ese sentido, un dato relevante es que el **76%** de los espectadores en Argentina dice que están mejor **predispuestos al contenido de marcas** en los videos de YouTube cuando se trata de un contenido personalmente **relevante**, por lo que las empresas y marcas pueden generar **estrategias** de contenido en ese sentido.

## **YouTube como generador de comunidades online**

Sobre el impacto social que la **plataforma** tiene según el estudio de mercado, se pudo conocer que **YouTube** tiene un efecto positivo pues se generan comunidades a raíz de la identificación y la unión que se generan dentro de la **aplicación** de video de **Google**.

Además, el **76%** de los encuestados considera que dentro de un año **YouTube** será el mejor reflejo de la cultura actual, mientras que el **83%** asegura que les dará las mejores recomendaciones sobre qué mirar y para el **81%** será el primer lugar al que acuden cuando desean consumir algún tipo de **contenido**.

Fuente: Infobae