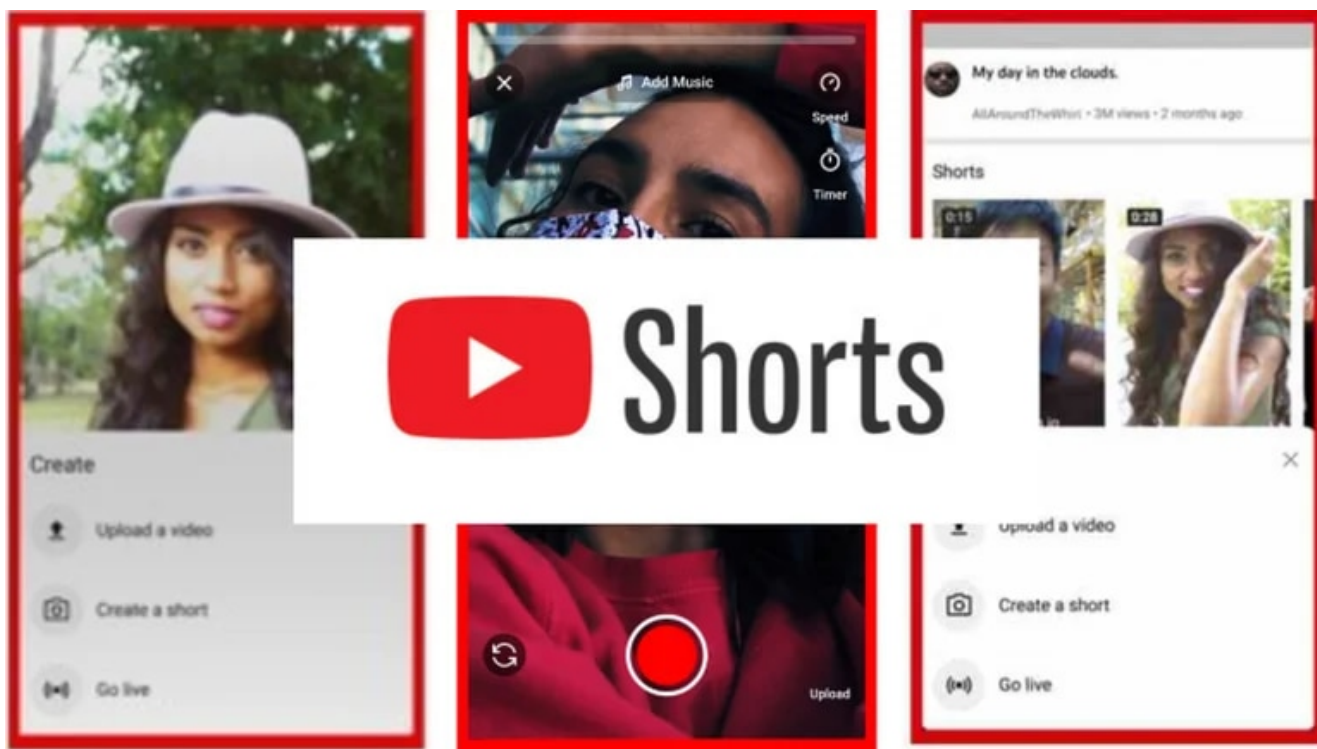


YouTube: cómo monetizar los videos cortos creados con Shorts

23/09/2022



El futuro está en el **video vertical** y todo el mundo quiere al menos un trozo del pastel. **TikTok, Snapchat, Meta** y **YouTube** son pesos pesados, algunos con alguna forma de monetización y otros sin ella. YouTube ahora está a bordo con su plan de pagar a los creadores para crear formatos de video verticales conocidos como **'Shorts'** en la plataforma.

El formato de video vertical actualmente es tan potente, que según YouTube, se acumulan en la plataforma más de **30.000 millones de reproducciones diarias**. En específico sobre el gigante de video, ya son más de 1.500 millones de usuarios los que consumen video vertical en **'Shorts'** cada mes.

Concretamente, el martes 20 de setiembre YouTube anunció que a partir de 2023, los creadores de videos cortos podrán unirse

al **Programa de socios** y comenzar a monetizar su contenido de Shorts. Así, la filial de **Google** pretende premiar la creatividad en su plataforma y, digamos de paso, fomentar el uso de este formato.

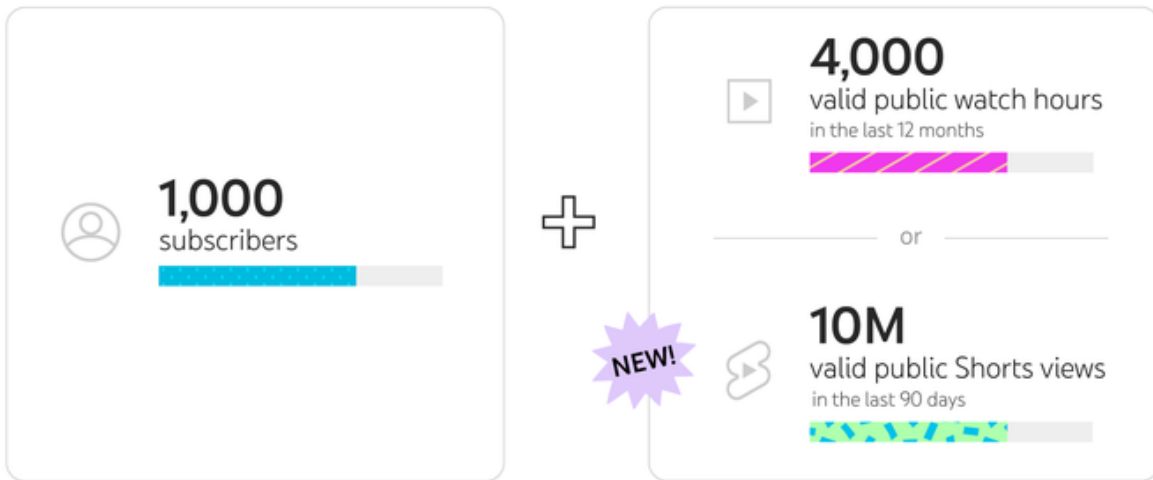
Los creadores de Shorts obtendrán el 45% de los ingresos publicitarios

Anteriormente, el Programa de Socios requería que los creadores tuvieran más de 1.000 suscriptores y 4.000 horas de reproducción en el último año para usarlo. Sin embargo, los creadores de Shorts ahora pueden unirse al programa si tienen **al menos 10 millones de visitas en los últimos 90 días**.

Los creadores de videos tradicionales obtienen el 55% de sus ingresos publicitarios de sus videos, pero la cifra obtenida por los creadores de videos cortos es ligeramente inferior, pero aún significativa: **45%**. Además, esta cantidad es superior a la que se ofrece en otras plataformas.

YOUTUBE PARTNER PROGRAM

ELIGIBILITY



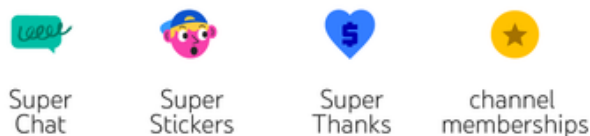
◆◆ Access exclusive benefits, 🏆 receive support and 💰 earn money with



YPP FAN FUNDING

NEW! Access fan funding sooner. More details coming in 2023.

◆◆ Access exclusive benefits, 🏆 receive support and 💰 earn money with



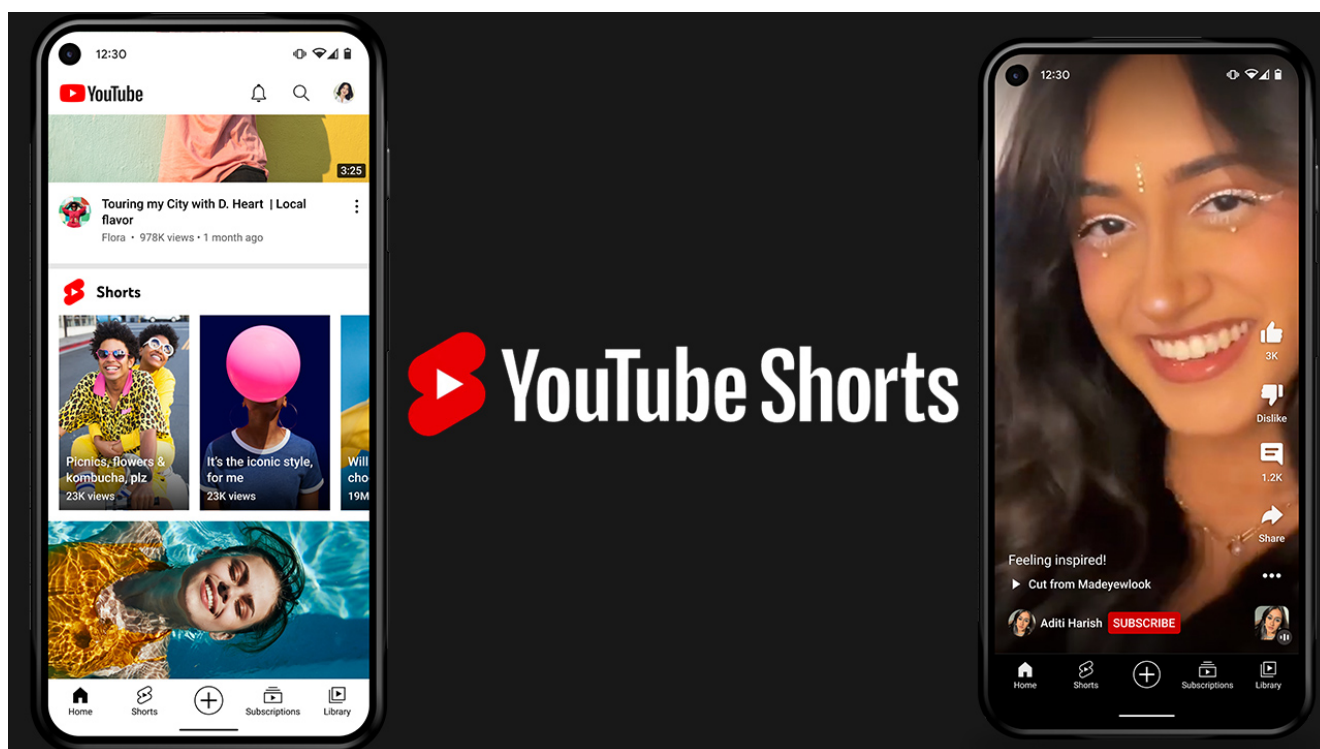
(foto: YouTube)

Cómo poner un anuncio en los Shorts de YouTube

En cuanto a la mecánica, **los anuncios se colocan entre los videos del feed**, y todos los meses se suman y dividen los ingresos de los mismos. Por un lado premian a los autores, y por otro lado cubren las licencias musicales. De esa forma, los creadores también pueden usar la música que desean para mejorar sus videos sin preocuparse por las licencias.

El concepto es el mismo que en los videos largos de YouTube: en el video grabado para subirlo a la sección de 'Shorts', **se colocan en la línea del tiempo los anuncios que se quieren mostrar**.

La diferencia, es que luego YouTube se encargará en ponerlos entre Short y Short (para así no llenar con anuncios a los usuarios de 10 segundos en Shorts de 30, 40, 50 o 60 segundos, haciéndoles perder el tiempo y paciencia).



YouTube Shorts cumplió un año desde su llegada a Argentina y varios países de Latam.

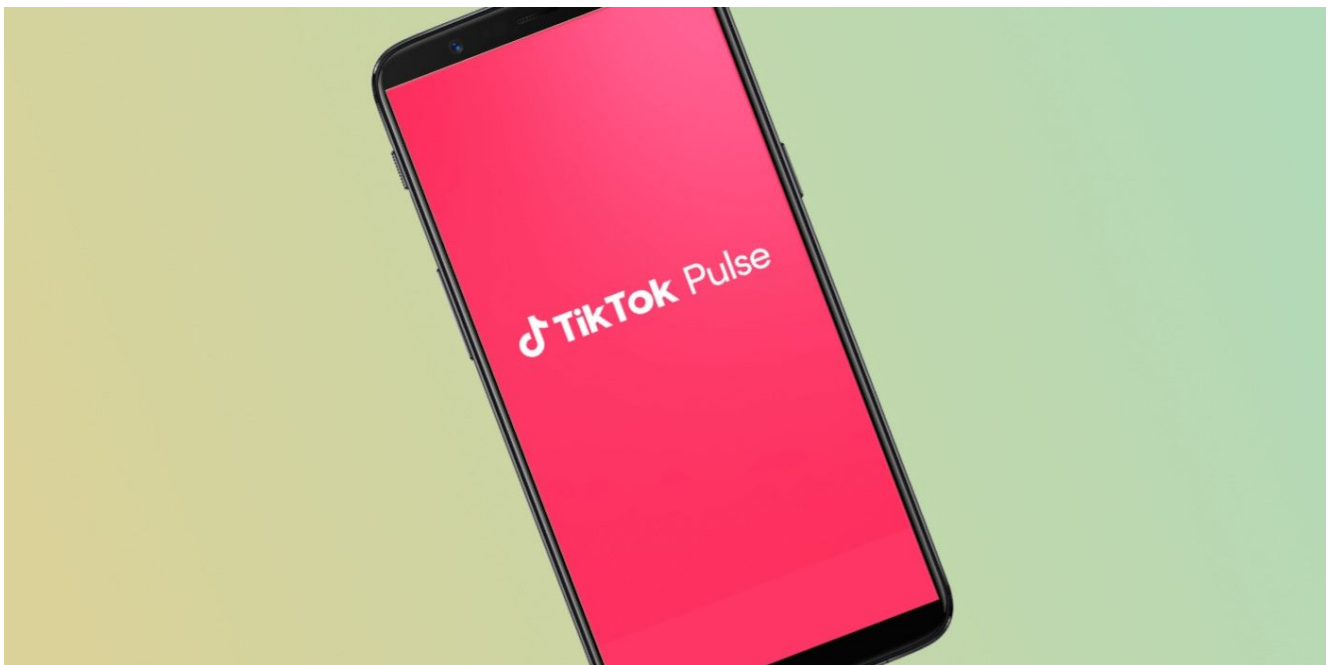
Entonces, qué pasa con la monetización de videos cortos en Instagram y TikTok

Si la popularidad de los cortos ya era un hecho, esta decisión

no hará más que aumentar su reputación y mejorar su creación.

Por un lado, en cuanto a premiar a los creadores de videos cortos, YouTube se diferencia de otras plataformas como **TikTok**, porque aún no ha introducido algún tipo de programa sólido para regular este aspecto.

Si bien es cierto que TikTok ha comenzado a experimentar con fórmulas de intercambio de anuncios, se centran más en los anunciantes que en los creadores. **Solo el 4% de los vídeos en esta red se pueden monetizar mediante el programa TikTok Pulse.**



TikTok Pulse. (foto: Blog de TikTok)

Por otro lado, en el caso de los [Reels](#) de Instagram, hasta el momento **no parece haber reglas claras** sobre cómo los anuncios introducidos en los Reels corresponden con el número de seguidores.

Se sabe que Instagram tiene un programa de bonificaciones llamado **Reels Play** que permite ganar dinero por la cantidad de reproducciones de los Reels; cuantas más reproducciones se obtengan, más dinero se podrá ganar (algo similar a los videos largos de YouTube).

Instagram ofrece más ganancias por las primeras reproducciones para impulsar el progreso. El usuario debe hacer un seguimiento del progreso en el panel para profesionales y, **una vez que se haya ganado al menos USD\$ 100**, se podrá retirar el dinero y continuar participando en el programa.



Reels de

Instagram. (foto: Instagram Creators)

Fuente: Infobae