

# ¿Tu estrategia de marketing va dirigida a la generación X? Esto es lo que ven en YouTube

## Escrito por

Netta Gross y Brianne  
Janacek Reeber

## Fecha de publicación

Enero del 2017

## Temas

Vídeo, tendencias de los  
consumidores, búsqueda

¿Quieres información valiosa para dirigir tu marketing a la llamada “generación de la llave”? ¿Buscas datos demográficos de los usuarios de YouTube? Descubre el último estudio sobre las tendencias de interacción de la generación X en YouTube.

La generación X, aquella a la que pertenecen las personas nacidas entre mediados de los años 60 y finales de los 70, fue testigo de la revolución tecnológica. Sus miembros recuerdan cómo era el mundo antes de Internet, pero se adaptaron rápido a los continuos cambios del panorama tecnológico.

El interés de las marcas por llegar a esta generación en YouTube es enorme. Según Pixability, estos usuarios generan 1500 millones de visualizaciones en YouTube cada día.<sup>1</sup>

Para conocer mejor las prioridades de los miembros de la generación X en cuanto a su interacción en YouTube, Google se asoció con Ipsos Connect y Flamingo para realizar un estudio cualitativo basado en encuestas.<sup>2</sup>

think with 

¿Cuáles han sido las conclusiones? El comportamiento de los miembros de la generación X en YouTube refleja lo esperado: algunas de sus características son la iniciativa, la nostalgia y querer mantenerse informados.

A continuación puedes consultar las estadísticas del comportamiento de estos usuarios en YouTube y los comentarios de alguien que los conoce perfectamente: Justine Bloome, directora de Estrategia e Innovación de la agencia de medios Carat. Justine trabaja todos los días con marcas como The Home Depot, MasterCard, General Motors, Disney, Mondelez y P&G para conectar con esta audiencia.

## 1) Nostalgia



**El 75%**

de los miembros de la generación X ve vídeos de YouTube relacionados con eventos pasados de sus vidas.

YouTube es una herramienta ideal para volver la vista al pasado. Funciona casi como una cápsula del tiempo. ¿Recuerdas aquella canción cuya letra sabías de cabo a rabo cuando eras un niño? Probablemente esté en YouTube. ¿Recuerdas aquella escena de tu película policiaca favorita que te dejó con la boca abierta? Seguramente también esté en YouTube.

## Top 3 reasons Gen Xers turn to YouTube for current events and pop culture

- 1** To stay “in the know” about their children’s world  
*Example of an actual query:*  
“Carpool Karaoke”  
(Gen Xer, age 51)
- 2** To connect with their children  
*Example of an actual query:*  
“Pokémon Go”  
(Gen Xer, age 40)
- 3** Because they like to know everything going on in the world  
*Example of an actual query:*  
“Correspondents dinner”  
(Gen Xer, age 46)

## Así describe Justine cómo la generación X utiliza YouTube para ver contenido que le inspira nostalgia:

*“No creo que los miembros de la generación X sean más nostálgicos que las generaciones anteriores. Sin embargo, tanto su capacidad para acceder al contenido que les inspira nostalgia como nuestra capacidad para observar ese comportamiento a través de los datos han cambiado. Por ejemplo, debido al fallecimiento de varios mitos del espectáculo de los años 80 y 90 en el 2016, seguro que estos usuarios han provocado en YouTube picos enormes de búsquedas sobre Prince, David Bowie y George Michael, entre otros. Me pregunto si es su forma de compartir estos recuerdos con sus hijos, para que los vean con sus propios ojos en lugar de limitarse a contarles la historia”.*

## 2) Mantenerse informados



# El 68%

de los miembros de la generación X ve vídeos de YouTube para estar al tanto de las noticias y la cultura popular.

YouTube es el método que usan para informarse de los eventos actuales.

## Los tres principales motivos de la generación X para informarse sobre eventos actuales y cultura popular a través de YouTube

- 1** Para estar al tanto del mundo que rodea a sus hijos  
*Ejemplo de búsqueda real:*  
"Carpool Karaoke"  
(miembro de la generación X, 51 años)
- 2** Para conectar con sus hijos  
*Ejemplo de búsqueda real:*  
"Pokémon Go"  
(miembro de la generación X, 40 años)
- 3** Para saber todo lo que ocurre en el mundo  
*Ejemplo de búsqueda real:*  
"Cena de la Asociación de Corresponsales"  
(miembro de la generación X, 46 años)

## Así describe Justine cómo la generación X utiliza YouTube para informarse:

"La generación X creció entre revistas del corazón y asistió al nacimiento de la telerrealidad. ¿Recuerdas el programa de la MTV "The Real World" (El mundo real)? ¿Y "Survivor" (Superviviente)"? La generación X vivió en primera fila el auge de la telerrealidad y el contenido sobre famosos. Estos usuarios se adaptaron rápidamente a muchas innovaciones tecnológicas que agilizaban el acceso a las noticias, el entretenimiento y la comunicación, como los vídeos, los CD, los reproductores de música digital y los teléfonos móviles. Además, fueron los primeros en usar las redes sociales a gran escala. Para ellos, ser relevantes y no sentirse excluidos es importante, por lo que tiene sentido que usen YouTube para mantenerse informados de los eventos actuales".

### 3) Hazlo tú mismo



**El 73%**

de los miembros de la generación X ve vídeos de YouTube para adquirir nuevas habilidades.

Para estos usuarios, es importante poder seguir las instrucciones a su ritmo en este tipo de contenido. Por eso afirman utilizar mucho los botones para detener y volver a reproducir el vídeo cuando están aprendiendo algo nuevo.

#### **Las cinco principales categorías de vídeos prácticos que los miembros de la generación X consultan en YouTube**

- 1 Reparaciones y mejora del hogar
- 2 Cocina
- 3 Uso y reparación de aparatos tecnológicos
- 4 Arte y manualidades
- 5 Belleza y cuidado personal

#### **Así describe Justine cómo la generación X utiliza YouTube para adquirir nuevas habilidades:**

"Muchos miembros de la generación X, también conocida como la generación de la llave, crecieron en hogares donde ambos padres trabajaban, por lo que pasaron más tiempo solos en casa que las generaciones anteriores. Asumieron la responsabilidad tanto de sí mismos como de sus hermanos, lo que les permitió desarrollar su independencia

y su iniciativa. En este momento de sus vidas, disponen de los medios y el tiempo necesarios para invertir en lo que les rodea, su aspecto, su salud y su bienestar. Si los comparamos con la generación del milenio, es menos probable que estos usuarios pidan su opinión a los demás, por lo que no me sorprende que usen YouTube para aprender por sí mismos”.

## Cómo pueden las marcas aprovechar esta información

¿Por qué es importante esta información para los profesionales del marketing? Porque el 75% de los miembros de la generación X ve contenido de YouTube al menos una vez al mes en cualquier dispositivo.<sup>3</sup> Además, el 64% compró un producto o servicio que vio en un vídeo de YouTube mientras estaba aprendiendo a hacer algo.<sup>4</sup> Estos datos revelan una gran oportunidad de influir en sus decisiones de compra.

### Fuentes:

<sup>1</sup> Pixability Software. Datos totales hasta noviembre del 2016.

<sup>2</sup> Google/Ipsos Connect, EE. UU., YouTube Human Stories: Gen X (Historias humanas de YouTube: la generación X), n=1004, a partir de encuestados de 35 a 54 años que usan Internet al menos una vez al mes, septiembre del 2016. Estudio etnográfico de Google/Flamingo realizado a partir de 15 encuestados de 35 a 54 años, septiembre del 2016.

<sup>3,4</sup> Google/Ipsos Connect, EE. UU., YouTube Human Stories: Gen X (Historias humanas de YouTube: la generación X), n=1004, a partir de encuestados de 35 a 54 años que usan Internet al menos una vez al mes, septiembre del 2016.