think with Google

¿Cómo ven YouTube los mexicanos?

La popularidad de los dispositivos móviles y servicios *on demand* ha generado un crecimiento sostenido en el tiempo que los usuarios dedican a ver video online. Nuestras investigaciones confirman que la audiencia no sólo está consumiendo más video, sino que este canal se ha convertido en un verdadero influenciador de decisiones. Conoce los nuevos hábitos de consumo de los mexicanos en torno a YouTube.

¿DÓNDE ESTÁ LA AUDIENCIA?

De los internautas mexicanos

79% es **usuario de YouTube**

¿QUIÉNES SON?

De los usuarios de YouTube

47%

son **millennials**

53%

tienen uno o más **hijos**

6 de cada 10

son **decisores de compra**

¿CÓMO INTERACTÚAN?

De los usuarios de YouTube

74%

accede a YouTube desde su **smartphone**

44%

ve contenido **acompañado**

59%

recibe enlaces a videos de YouTube por parte de conocidos

¿QUÉ BUSCAN?

Los usuarios acceden a YouTube para

80%

entretenerse

47%

aprender algo

48%

buscar información sobre un tema/**producto** o servicio

¿QUÉ LOS INFLUENCIA?

De los usuarios de YouTube

63%

ha **conocido marcas y productos** gracias a los anuncios en la plataforma

47%

cree que las **marcas** que ve en la plataforma son **más creíbles**

1 de cada 3

se informa en YouTube **antes de realizar una compra**

3 de cada 10

ha **comprado productos** o servicios **anunciados** en la plataforma

FUENTES:
Google/TNS, El Consumidor Conectado, n=1000, México, julio 2017.
Google/TNS, ¿Cómo ven YouTube los mexicanos?, n=1792, México, agosto 2016.