

¿Cómo ven YouTube los peruanos?

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 peruanos en torno a YouTube.

¿DÓNDE ESTÁ LA AUDIENCIA?



De los usuarios de YouTube

77% visita la plataforma **al menos una vez por día**

¿QUIÉNES SON?

De los usuarios de YouTube



55%

son **millennials**



47%

tienen uno o más **hijos**



42%

son **decisores de compra**

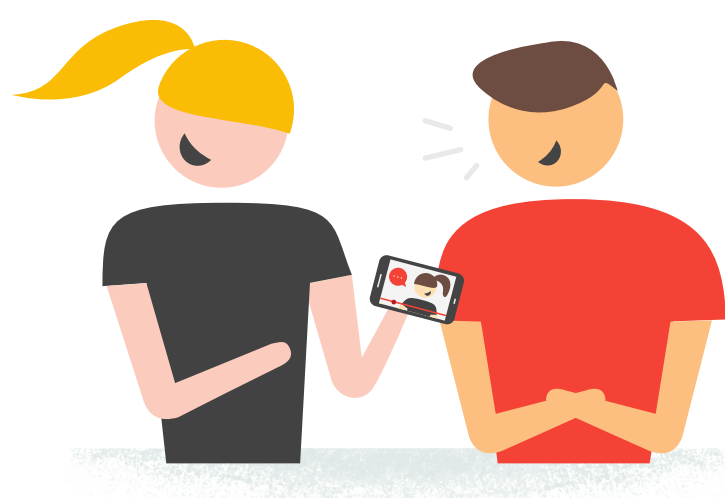
¿CÓMO INTERACTÚAN?

De los usuarios de YouTube



70%

accede a YouTube desde su **smartphone**



4 de cada **10**

ve contenido **acompañado**

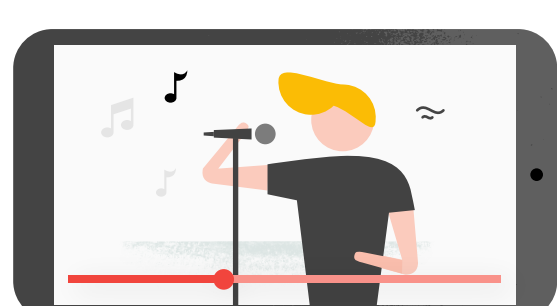


55%

recibe enlaces a videos de YouTube por parte de conocidos

¿QUÉ BUSCAN?

Los usuarios acceden a YouTube para



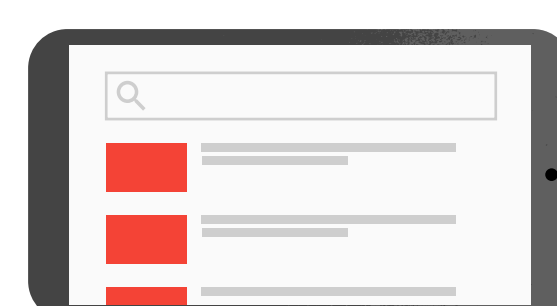
78%

entretenerse



56%

aprender algo

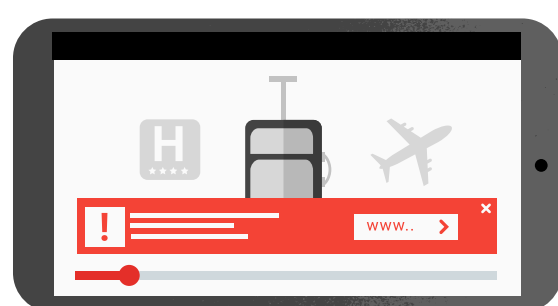


52%

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

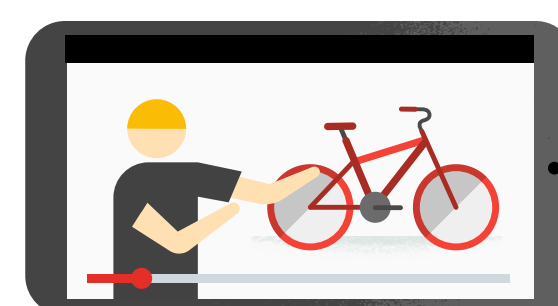
¿QUÉ LOS INFLUENCIA?

De los usuarios de YouTube



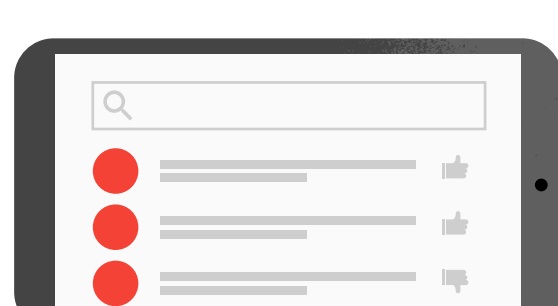
63%

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



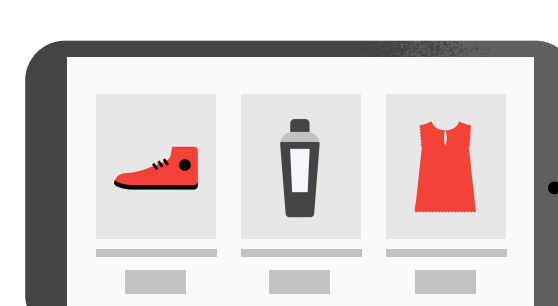
47%

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



36%

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



1 de cada **3**

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

FUENTES:

Google/TNS, El Consumidor Conectado, n=1090, Perú, agosto 2016.

Google/TNS, ¿Cómo ven YouTube los peruanos?, n=1792, Perú, agosto 2016.