

# YouTube, un gran aliado para entender los hábitos de consumo de los internautas chilenos

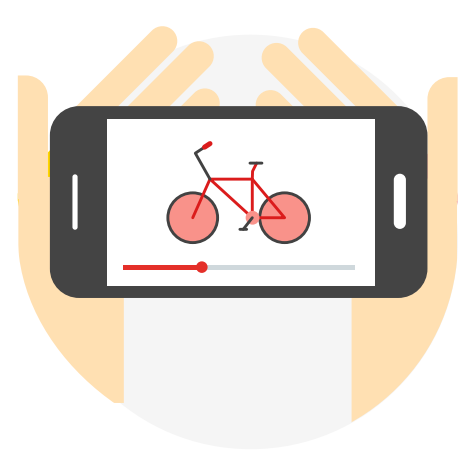
## YouTube es el lugar que los chilenos eligen para ver video

En Chile, el 82% de los internautas de entre 16 y 35 años ven YouTube todos los días<sup>2</sup>.



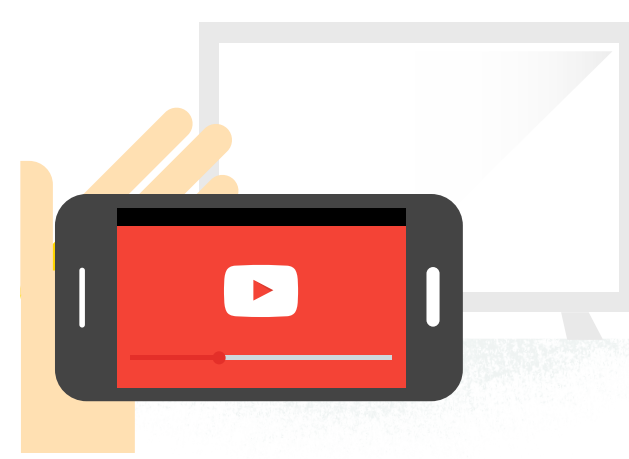
Esta plataforma cumple un rol fundamental a la hora de influenciar los hábitos de compra en diversas categorías, como gastronomía, electrodomésticos y educación, y a lo largo de distintas audiencias, como *teens*, *millennials*, madres y padres.

## Cuando la atención impulsa la intención



53%

de los chilenos han visto videos de YouTube al **buscar información de un producto** antes de comprarlo<sup>1</sup>.

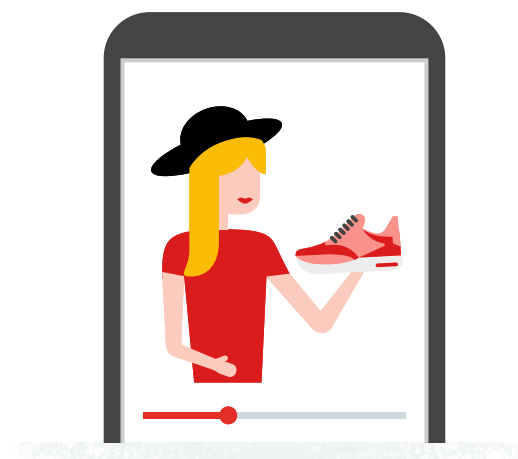


80%

de los chilenos declaran **poner más atención** cuando ven videos en YouTube que cuando ven un programa en TV abierta<sup>1</sup>.

## La cercanía con los influenciadores

En Chile, el 40% de los consumidores toman decisiones de compra según las recomendaciones de algún *youtuber*<sup>3</sup>:



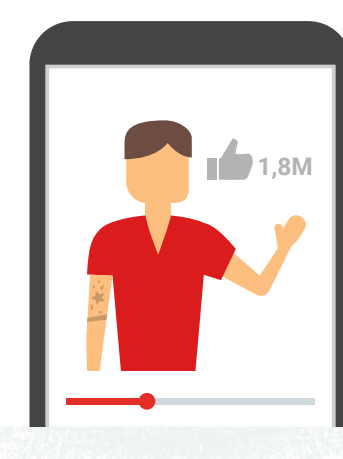
42%

de los **internautas chilenos** prefieren comprar un producto recomendado por un *youtuber* más que por un famoso o una celebridad<sup>1</sup>.



44%

de **padres** dicen que para ellos los *youtubers* son igual de relevantes que artistas tradicionales (cantantes, actores, conductores)<sup>1</sup>.



70%

de **teens** creen que los *youtubers* marcan una tendencia<sup>1</sup>.

## El mejor plato, de la mano de YouTube

El 48% de los internautas chilenos han visto videos de YouTube al buscar tips de cocina, antes de decidir qué comprar<sup>1</sup>:



70%

de los **hombres** han comprado cursos de cocina o libros de recetas como resultado de haber visto un video de YouTube<sup>1</sup>.



65%

de los **millennials** afirman que YouTube los ha motivado cuando van a realizar cursos de cocina o comprar libros de recetas<sup>1</sup>.

## El impacto de los tutoriales y los videos de educación

Los contenidos del canal *online* sirven de inspiración para futuras compras:



92%

de los **adultos** conectados interesados en educación y tutoriales ven videos en YouTube cuando quieren desarrollar o mejorar sus habilidades<sup>1</sup>.



63%

de los **interesados en educación y tutoriales**, que han comprado cursos para aprender algún idioma, afirman que han sido motivados por un video que vieron en YouTube<sup>1</sup>.

## Paseo online antes de estar al volante

En el último año, el 59% de los interesados en comprar un auto vieron videos en YouTube para comparar distintos modelos de vehículos<sup>1</sup>:



41%

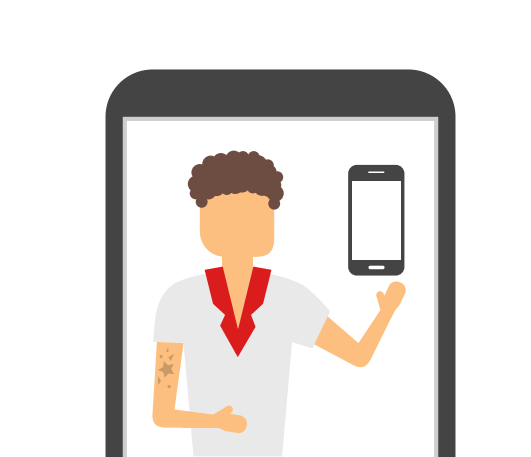
de las **mujeres** vieron videos en YouTube para comparar distintos modelos de autos<sup>1</sup>.



51%

de los **millennials** acudieron a videos en YouTube antes de comprar un auto<sup>1</sup>.

## El vínculo con la última tecnología



72%

de los **chilenos** afirman que YouTube es su fuente principal para estar actualizados sobre *smartphones*<sup>1</sup>.



73%

de los **padres conectados interesados en tecnología** ven videos de YouTube para estar al tanto de las innovaciones tecnológicas<sup>1</sup>.

FUENTE:

<sup>1</sup> Google/Ipsos, Estudio: "Vínculo emocional de los chilenos con YouTube", n = 1500, Chile, junio 2018.

<sup>2</sup> Google/Kantar TNS, Estudio "El Consumidor Conectado", n=1008, Chile, julio, 2017.

<sup>3</sup> Google/Provokers, Estudio sobre personalidades influyentes, Chile, octubre 2017.