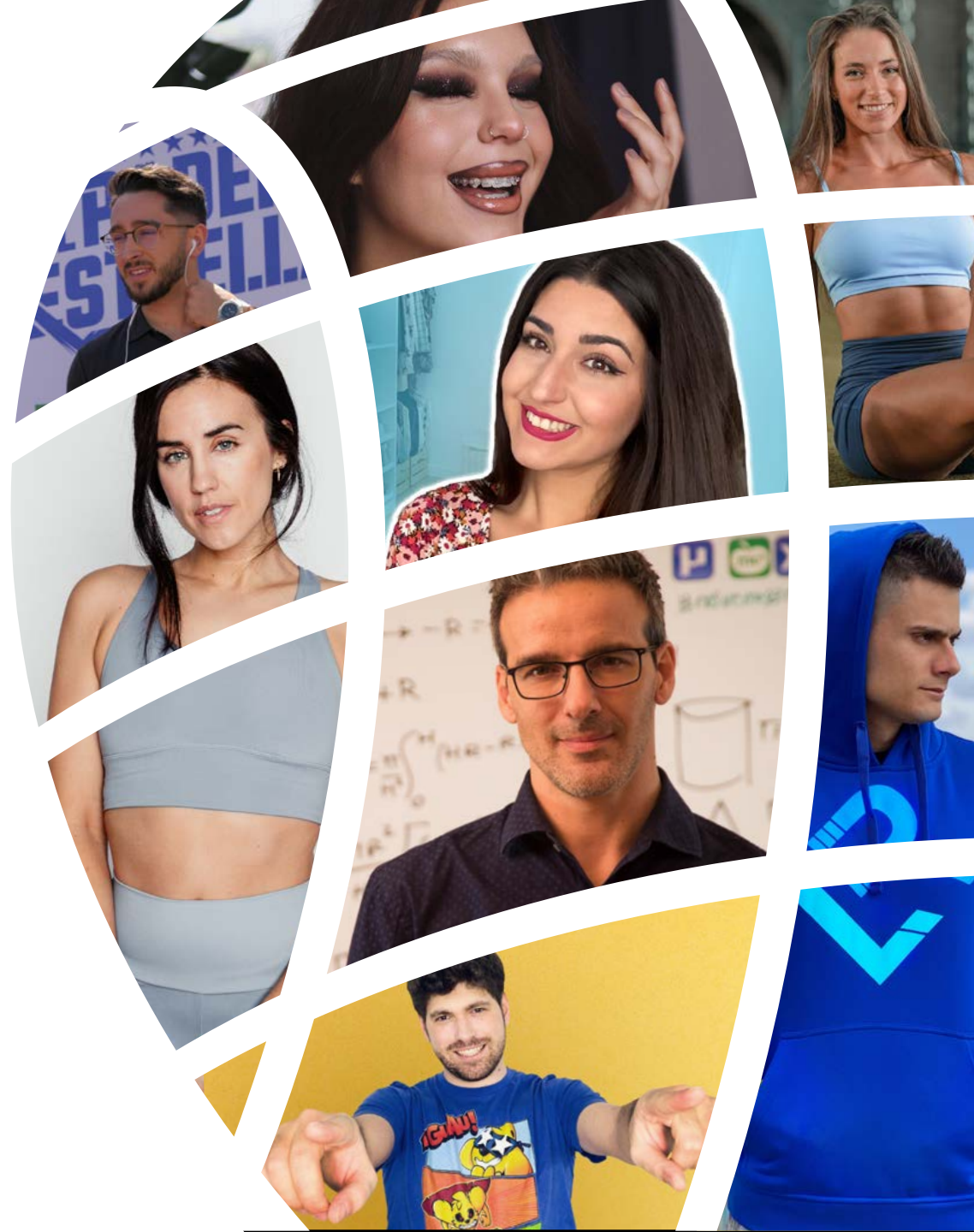


CONVERTIR LAS OPORTUNIDADES EN ÉXITOS

EVALUACIÓN DEL IMPACTO
ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL
DE YOUTUBE EN ESPAÑA



Cada día, YouTube ayuda a las personas a adquirir nuevas competencias, emprender negocios, crear empleo y enriquecer sus vidas. El presente estudio llevado a cabo por Oxford Economics tiene como finalidad la evaluación del impacto económico, social y cultural que tiene en España la plataforma web de alojamiento de vídeos más popular del mundo. Para ello, se combinan sofisticadas técnicas de sondeo y modelización económica.

A diario se reproducen en YouTube alrededor de mil millones de horas de vídeo en todo el mundo.¹ En España, estas visualizaciones generan una cifra considerable de ingresos para los creadores de YouTube y otras empresas, lo que a su vez sostiene actividad económica y empleo en sus cadenas de suministro y en la economía en general.

Calculamos que en 2020 el ecosistema creativo de YouTube contribuyó con aproximadamente:



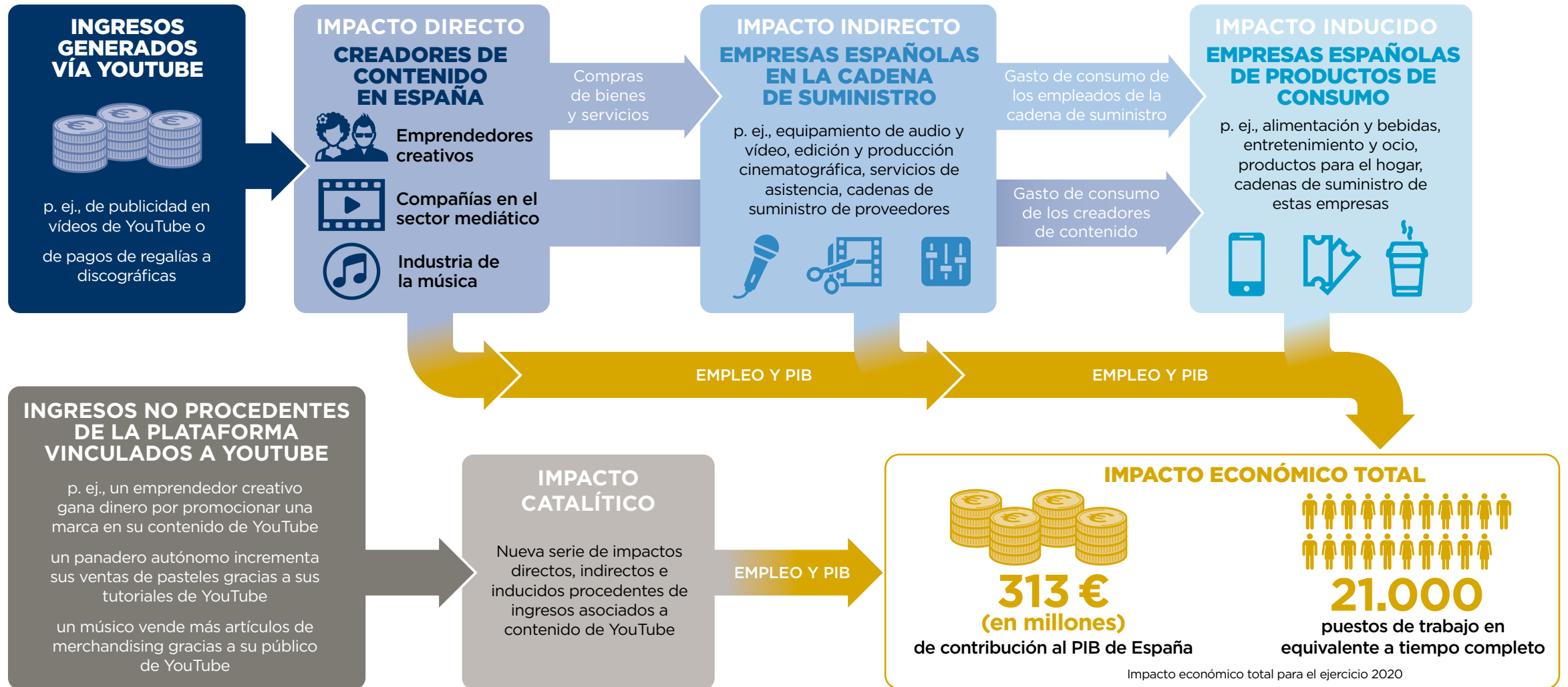
NUESTRA METODOLOGÍA

La modelización económica realizada por Oxford Economics se basa en resultados de encuestas y datos publicados para estimar la contribución de YouTube a los principales indicadores económicos, como el PIB y el empleo.

Realizamos una encuesta anónima a 2.000 usuarios residentes en España. Asimismo, encuestamos a más de 2.000 empresas en Europa y a más de 1.460 creadores de contenido del sur de Europa (570 de los cuales tienen residencia en España).

En las siguientes páginas presentamos los resultados de nuestra modelización económica y otras conclusiones significativas de nuestra investigación. También presentamos una serie de estudios de casos personalizados de creadores de YouTube que han tenido éxito.

EL IMPACTO ECONÓMICO TOTAL DEL ECOSISTEMA CREATIVO DE YOUTUBE





LA PLATAFORMA DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS

Los «emprendedores creativos» de YouTube aprovechan las oportunidades, tanto dentro de la plataforma como fuera de ella, para desarrollar con éxito sus negocios en España.

2 de cada 3 emprendedores creativos declaran que YouTube ha contribuido positivamente a sus objetivos profesionales.

Más del 70% de emprendedores creativos aseguran que YouTube les da la oportunidad de trabajar de la manera que mejor se ajusta a sus necesidades.

“YouTube te abre puertas como ningún otro medio.”

Creador, 18-24 años, Castilla y León

Los emprendedores creativos son creadores de YouTube con un mínimo de 10.000 suscriptores en su canal principal, así como creadores con un número inferior de suscriptores que reciben ingresos directamente de YouTube, reciben ingresos de otras fuentes gracias a sus vídeos de YouTube o bien emplean de forma permanente a personas que asisten en sus actividades de YouTube.

/ GYMVIRTUAL

Entrenadora personal de fitness

Patry Jordán escogió la plataforma de YouTube en 2009 para expandir el público de sus rutinas de ejercicios en línea, concebidos para ser realizados en casa y sin necesidad de ningún equipo deportivo. Doce años después, GymVirtual cuenta con más de 15 millones de suscriptores en 10 canales.

Para Patry, una de las principales ventajas de la plataforma es que le ha permitido expandir su público a internautas ubicados fuera de España, su país natal. Los ingresos obtenidos gracias a YouTube le permitieron invertir en otros proyectos relacionados con el contenido de GymVirtual. Ha escrito tres libros y ha cerrado acuerdos de patrocinio de larga duración. En la actualidad, emplea a 10 personas a tiempo completo que desarrollan sus negocios fuera de YouTube.

En sus canales también promociona contenido de marca: incluir un producto, una marca o el nombre de una compañía le permite generar ingresos adicionales.

GymVirtual desempeñó un papel clave durante la pandemia de la Covid-19, pues nuevos internautas encontraron en el canal una forma de hacer ejercicio durante el confinamiento. Introdujo una sesión diaria de ejercicio a las seis de la tarde para aquellos que trabajaban desde casa. Patry dice que todavía recibe mensajes de los participantes agradeciéndole esos programas.





UN LUGAR PARA APRENDER

Tanto en el ámbito personal como en el profesional, YouTube permite a los usuarios españoles desarrollar una gran variedad de habilidades y adquirir conocimientos para iniciarse en nuevas aficiones, formarse e incluso emprender nuevas carreras profesionales.

Más del 90% de los usuarios declaran que utilizan YouTube para obtener información y adquirir conocimientos.

El 69% de los profesores que utilizan YouTube afirman que YouTube ayuda a los estudiantes a aprender.

2 de cada 3 padres que utilizan YouTube declaran que ha sido una plataforma de gran utilidad para sus hijos desde que comenzó la pandemia de la Covid-19.

/ UNICOOS

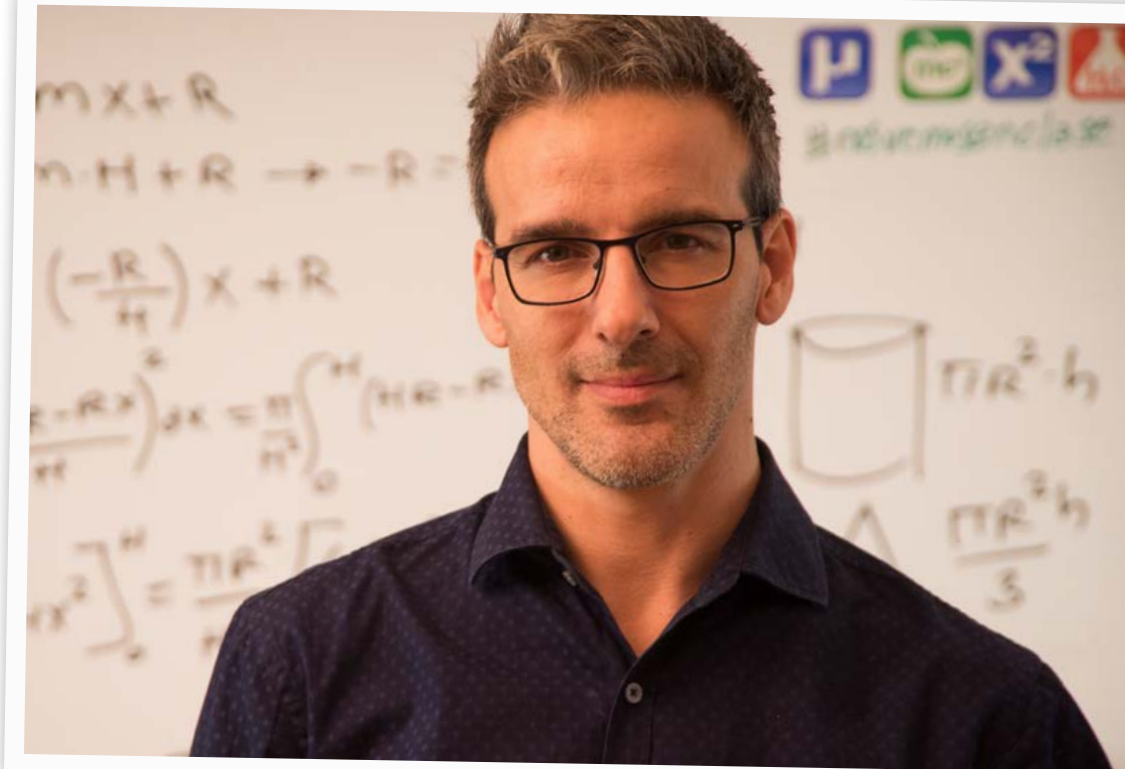
Profesor de matemáticas y física

David Calle comenzó a subir vídeos a su canal de YouTube en 2011 para que sus alumnos de matemáticas y física pudieran ver sus clases fácilmente y las veces que fueran necesarias.

Diez años después, con 235 millones de visualizaciones y 1,4 millones de estudiantes suscritos, David ha expandido Unicoos a otras materias, como la química y la tecnología. Su público es internacional y presta apoyo académico a estudiantes de Argentina, México, Chile y Estados Unidos.

Unicoos desempeñó un valioso papel durante la pandemia de la Covid-19. El Ministerio de Educación español incluyó algunos de sus vídeos en la programación especial para estudiantes de La 2 de TVE. David proporcionó asimismo material a estudiantes sin acceso a internet en casa cuando se suspendieron las clases presenciales. En la actualidad está remasterizando todos sus vídeos para incluir lenguaje de signos y subtítulos.

Además de crear una comunidad online, David ha descubierto una pasión que complementa sus clases a la perfección. YouTube le ha ayudado a captar una audiencia de estudiantes a la que habría sido difícil llegar de otro modo.





UNA VÍA DE EXPORTACIÓN DE TALENTO ESPAÑOL

YouTube hace posible que creadores españoles de todo tipo puedan encontrar una audiencia para sus vídeos, ya sea a escala nacional o internacional. Ello crea a su vez nuevas oportunidades de recibir ingresos y compartir la cultura española.

El 78% de los emprendedores creativos declararon que YouTube les ayuda a exportar sus contenidos a un público internacional al que no podrían llegar de otro modo.

Más del 75% del tiempo de reproducción de contenido producido por canales españoles proviene de fuera de España.²

El 65% de los creadores afirmaron que el acceso a un público internacional es esencial para que sus canales puedan subsistir.

2. Fuente: Datos de YouTube, 2021

/ [MIKECRACK](#)

Gamer y emprendedor

Cuando estaba a punto de finalizar su máster en Gestión y Desarrollo de Tecnologías Biomédicas, Miguel Bernal Montes vio la oportunidad de dedicarse profesionalmente a YouTube publicando videos de Minecraft.

Empezó desde cero y se dio un año para alcanzar su objetivo de 140.000 suscriptores o 2,5 millones de reproducciones mensuales. Si no lo conseguía, seguiría su camino profesional dentro de la biotecnología. Doce meses después, con 1,4 millones de suscriptores y 70 millones de reproducciones mensuales, había superado su objetivo con creces.

Ahora, Miguel tiene tres canales —Mikecrack, Mikecrack fans y Mikecrack Exe, que acumulan más de 11.000 millones de reproducciones— y ha ampliado su negocio con ventas de publicidad de marca, libros y artículos promocionales. Emplea a más de 20 personas, desde animadores a contables. El 80% de su público se encuentra en América Latina, donde colabora con youtubers de México, Ecuador o Colombia.

Sus vídeos tienen como finalidad reforzar valores como la amistad, el esfuerzo y la dedicación. Esto fue esencial durante la pandemia de la Covid-19, pues sus vídeos se convirtieron en una válvula de escape para el público adolescente.

Los emprendedores creativos son creadores de YouTube con un mínimo de 10.000 suscriptores en su canal principal, así como creadores con un número inferior de suscriptores que reciben ingresos directamente de YouTube, reciben ingresos de otras fuentes gracias a sus vídeos de YouTube o bien emplean de forma permanente a personas que asisten en sus actividades de YouTube.



AYUDA A LOS ESPAÑOLES DURANTE LA COVID-19

INFORMACIÓN DE FUENTES AUTORIZADAS

Más de la mitad de los usuarios declararon que YouTube ha sido una fuente fiable de información desde que comenzó la pandemia.



Paneles de información de Covid-19 que aparecen en resultados de búsqueda y páginas de visualización relacionadas con Covid-19, proporcionando enlaces a las páginas web del Ministerio de Sanidad con orientaciones generales sobre Covid-19 e informaciones sobre vacunas.



El estante de noticias Covid-19 aparece en la página de inicio de YouTube para facilitar que los usuarios obtengan noticias actualizadas y autorizadas sobre Covid-19.

UTILIDAD

El **77%** de los usuarios coincidieron en que YouTube fue una herramienta de utilidad desde el inicio de la pandemia de la Covid-19.

“Me ha dado mucha tranquilidad y relajación en los momentos duros del Covid.”

Usuario, 75 años o más, Gerona

USUARIOS, CREADORES Y EMPRESAS NOS HABLAN DE YOUTUBE

UNA HERRAMIENTA PARA APRENDER

“Empezamos a utilizar YouTube un poco más en las clases durante la pandemia de la Covid-19 y observamos que la participación de los estudiantes aumentó.”

Profesor de primaria, San Roque

“Me ha permitido aprender muchas cosas de forma gratuita que me han ayudado en mi trabajo.”

Usuario, 25-34 años, Cataluña

“Para mi es sumamente importante, en mi familia lo usamos a diario, para entretenernos o para hacer alguna consulta, forma parte de nuestra vida diaria.”

Usuario, 35-44 años, País Vasco

OPORTUNIDADES PARA CREADORES

“Es mi principal fuente de ingresos y la que sostiene mi economía familiar.”

Creador, 25-34 años, Asturias

“No solo es mi trabajo también mi forma de vida. Trabajo y vivo de lo que me gusta y me siento muy afortunado por ello.”

Creador, 25-34 años, Madrid

“Me encanta crear contenido y tener vistas a futuro de poder dedicarme a lo que me gusta obteniendo ingresos mensuales suficientes con YouTube.”

Creador, 35-44 años, Valencia

OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS

“El impacto de YouTube es extraordinario, no solo a nivel empresa, a nivel usuario ha sido mucho más importante.”

Propietario de una empresa del sector de las TI y las telecomunicaciones, Castilla-La Mancha

“Es una herramienta imprescindible para la empresa.”

Responsable de marketing en la industria discográfica, mediática y del entretenimiento, Madrid

“YouTube es una gran empresa y nos ha ayudado mucho a llegar a un público muy amplio.”

Responsable de comunicación interna en una empresa de producción, Cataluña

ACERCA DE OXFORD ECONOMICS

Oxford Economics se fundó en 1981 como una sociedad comercial con la Escuela de Negocios de la Universidad de Oxford, a fin de ofrecer modelos y predicciones económicas a las empresas e instituciones financieras del Reino Unido que se expandían en el extranjero. Desde entonces, nos hemos convertido en una de las firmas de asesoría independientes líderes en el mundo y aportamos informes, predicciones y herramientas analíticas en más de 200 países, 250 sectores industriales y 7.000 ciudades y regiones.

Con su sede principal en Oxford (Inglaterra) y con centros regionales en Nueva York, Londres, Fráncfort y Singapur, Oxford Economics emplea a 400 personas a jornada completa, entre los que se incluyen más de 250 economistas profesionales, expertos en industrias y editores comerciales. Nuestro equipo internacional está altamente especializado en una amplia gama de técnicas de investigación y capacidades de liderazgo de opinión, desde modelos econométricos, simulación de casos y análisis de impacto económico hasta estudios de mercado, estudios de casos, grupos de expertos y análisis de datos de la red.

Oxford Economics es un asesor clave para los encargados de la toma de decisiones corporativas, financieras y gubernamentales, y para los líderes de opinión. Nuestra base de clientes de todo el mundo ahora incluye a más de 2.000 organizaciones internacionales, entre las que se incluyen empresas multinacionales e instituciones financieras líderes; organismos gubernamentales pertinentes y asociaciones comerciales; y universidades, consultorías y grupos de expertos de primera categoría.



PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE LA METODOLOGÍA

¿Cómo se ha estimado la contribución al PIB del ecosistema creativo de YouTube?

La suma total de pagos de YouTube en 2020 se ha estimado analizando los resultados de la encuesta realizada a creadores de contenido de YouTube residentes en el sur de Europa y la información publicada sobre los ingresos de la industria discográfica.

Hemos estimado los ingresos de los emprendedores creativos procedentes de actividades externas a la plataforma analizando las respuestas de la encuesta a los creadores. Los ingresos de los negocios en el sector de la industria musical y mediática procedentes de actividades externas a la plataforma se han estimado analizando las respuestas de la encuesta a empresas de la UE.

Hemos estimado la contribución directa al PIB de los emprendedores creativos sustrayendo los costes intermedios de los ingresos asociados a las actividades de YouTube (enfoque de la «producción»). La contribución directa al PIB de las compañías del sector de la música y los medios de comunicación se ha estimado aplicando un coeficiente estándar PIB/producción a los ingresos estimados.

A continuación, utilizamos un modelo de insumo-producto —básicamente, una tabla que muestra quién compra qué y a quién en la economía española— para estimar tanto el impacto de la cadena de suministro (indirecto) como el impacto del gasto de los trabajadores (inducido). El modelo para España se ha obtenido del modelo de impacto mundial elaborado por Oxford Economics, que se basa a su vez en datos de la OCDE.

Nuestros resultados se presentan en cifras brutas. Es decir, no se consideran a qué podrían haberse destinado los recursos utilizados por los creadores de contenido o estimulados por sus gastos.

¿Excluyen los resultados alguna actividad vinculada a YouTube?

Nuestros resultados no tienen en cuenta la contribución económica aportada por las propias actividades de YouTube, ni los beneficios que reciben las empresas del aumento de las ventas asociado a la publicidad difundida en YouTube.

¿Cómo hemos estimado el número total de puestos de empleo generado por YouTube?

Los puestos de trabajo en equivalente a tiempo completo generados por los emprendedores creativos se han estimado a partir de las respuestas de la encuesta sobre las horas semanales consagradas a trabajar en YouTube. Solamente hemos incluido las respuestas de emprendedores creativos que pasan un mínimo de ocho horas semanales trabajando en YouTube. El empleo generado por los empleados fijos de los emprendedores creativos se ha estimado asimismo analizando las respuestas de la encuesta.

El empleo generado por empresas discográficas y mediáticas, y por los impactos indirectos e inducidos para creadores de todo tipo, se ha estimado aplicando hipótesis sobre la productividad a los resultados del PIB.

Nota: Los estudios de caso presentados en este documento se basan en información proporcionada por YouTube. Salvo que se mencione lo contrario, los números de suscriptores y visualizaciones son de junio de 2021.

