

El impacto de Youtube en los Milenians

The Youtube impact in the Millennials

Claudia Dayana Bonilla Ibarra¹
Liana Carolina Ovalles Pabón²

Resumen

El presente trabajo tuvo como propósito analizar el impacto de los milenians, por cuanto los medios sociales desempeñan un papel prominente en la vida diaria de los milenios. La mayoría de los milenios utilizan algún tipo de medio de comunicación social, y con la cantidad de contenido en varios sitios sociales, vale la pena examinar cómo influyen estos medios en el comportamiento de los milenios. La generación milenaria es un grupo grande de jóvenes adultos que tendrán un impacto significativo en el panorama social en un futuro próximo. Eventualmente los milenios se convertirán en la generación que compone la mayoría de los trabajadores e influencers de la sociedad. YouTube, un sitio de intercambio de videos, que impacta a nuestra sociedad mucho más de lo que pensamos. Esta investigación fue descriptiva analítica, y se evidencian las situaciones actuales por medio de los casos actualizados sobre los milenians, dichas informaciones sirven para recabar información y analizarla y poder estudiar este contexto y así poder socializar los conocimientos y entender más este tema.

Palabras Claves: Impacto, influencia, videos, contenido, youtube.

Abstract

The purpose of this paper was to analyze the impact of the milenians, since social media plays a prominent role in the daily life of the millennia. Most millennia use some kind of social media, and with the amount of content on various social sites, it is worth examining how these media influence the behavior of millennia. The millennial generation is a large group of young adults who will have a significant impact on the social landscape in the near future. Eventually the millennia will become the generation that makes up the majority of the workers and influencers of society. YouTube, a video sharing site, that impacts our society much more than we think. This research was descriptive analytical, and the present situations are evidenced by means of the updated cases on the millenians, this information serves to gather information and analyze it and to be able to study this context and thus to be able to socialize the knowledge and to understand this theme more.

Keywords: Impact, influence, videos, content, youtube.

¹Tecnología en Diseño Publicitario. Primer semestre. cd_bonilla@fesc.edu.co

²Docente Producción y Análisis de textos, lc_ovalles@fesc.edu.co

1. Introducción

Hoy en día las redes sociales viven gracias a peticiones de amistad o seguimiento, me gusta y compartir y, algo similar, pero a otra escala, es lo que viene ocurriendo en YouTube. ¿Qué es lo verdaderamente importante para que un youtuber sea youtuber? Ya lo veníamos diciendo: el número de suscriptores -un mínimo de 5.000- es fundamental, lo primero, pero no lo único (Vivem, 2011).

Aquí es donde entran en juego los indicadores de reproducción, donde nos podemos informar de cuántas veces se han reproducido el total de los vídeos de un solo canal.

En el caso de YouTube, no llegarás a ningún vídeo de influencers que no tenga varias decenas, cientos o incluso miles de comentarios, ya sean positivos -suelen ser la mayor parte-, o negativos. Fíjate en todo esto, porque al igual que en el caso de los “me gusta”, el hecho de que los seguidores interactúen con el youtuber indica que les merece la pena hacerlo y, lo que más te interesa como marca: que le prestan atención y lo siguen realmente (Rod Locklesly, 2013).

Lo mismo ocurre con las redes sociales; en este caso podrás ver y acceder a las redes sociales de la inmensa mayoría de los youtubers, puesto que también incluyen sus enlaces en la caja de información de sus canales. Éste es otro indicador de influencia bastante certero, puesto que muestra cómo las estrellas de YouTube brillan también en otros firmamentos como Twitter, Instagram, Facebook o Snapchat, entre otros, con un tráfico abrumador; si un influencer ha logrado extender su imperio a través de todos estos canales, no tengas ninguna duda: es un influencer en toda regla (Chepman, 2012).

Para identificar el impacto que ha generado youtube sobre los milenios se realizó una búsqueda de las distintas páginas web, documentales,

y fuentes confiables se combinaron los términos relacionados con youtube. La búsqueda se realizó principalmente para identificar estudios de utilización de recursos y preferencias de la población. Por consiguiente la elaboración de un mapa mental en el cual las fuentes escogidas y de mayor relevancias para la investigación son agrupadas entre si para determinar de manera correcta el flujo del contenido del artículo. Existe otra razón por la cual YouTube logra instaurarse en la cabeza del consumidor y del éxito de la comunicación, y es que se encuentra a disposición de la reproducción móvil (Reglets, 2011).

La imagen y la interactividad son indispensables en el establecimiento de vínculos. YouTube es un gran entramado social, que logra la interacción indispensable entre imagen, creatividad, relato y calidad, para conseguir viralidad y participación. Ahora también, pasamos de llamarlo una plataforma de videos, a una plataforma de marketing de videos. Por consiguiente en el siguiente artículo encontraras datos muy importante referente a lo que implica ser youtuber, desde generar videos que promuevan tu “fama” (lo cual significa aumentar tus ingresos financieros) hasta crear un impacto positivo o negativo en tus suscriptores, esto último depende de ti (Marketingtools, 2011).

2. Comienzo de YouTube

Youtube es esa página web a la que todos acudimos para ver videos de recetas, lecciones de maquillaje, conciertos, animales etc, para llegar a entender porque ha generado tanto impacto en estos tiempos debemos conocer sus inicios (Cad, 2016).

Idea principal youtube es un sitio web que permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir videos, fundado en Febrero de 2005 por 3 ex-empleados de Paypal: (Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim), la compañía atraía el interés de inversores como la firma de capital-riesgo Sequoira (Reglets, 2011).

Todo empezó con una fiesta. La de Chad Hurley y Steve Chen en febrero de 2005. Su vídeo de la farrera era demasiado largo para enviarlo por correo electrónico a sus amigos.

De su frustración surgió la idea: un sitio muy grande donde cualquiera pudiera enviar y ver cualquier vídeo (A&E Television Networks, 2017).

La corta historia de YouTube registra el mayor crecimiento exponencial que se recuerde.

Chad Hurley pagó con su tarjeta de crédito la primera factura por la conexión de banda ancha que necesitaba para lanzar su web de vídeos online. Desde entonces, la demanda ha sido tan explosiva (100 millones de visitas mensuales) que el coste de infraestructura ha subido a dos millones de dólares por un mes.

Este desembolso no podría continuar por mucho tiempo, a menos que se encontrara una forma de financiarlo con ingresos publicitarios. Aquí es donde entra en escena Google, quien compra el 10 de Octubre del 2006 YouTube por 1.650 millones de dólares.

Según se ha informado, YouTube mantendrá su independencia respecto del servicio de vídeo de Google (Mercodothenk, 2013).

Uno de sus fundadores, Steve Chen, reveló que su idea original fue crear una página para citas, escribe 'The Guardian'. Es decir, ni más ni menos que un Tinder con videos.

“Pensamos que crear una página de videos de citas era lo más lógico”, comentó Chen durante una conferencia. Los usuarios debían filmarse y subir el video junto con comentarios sobre sus intereses y especificando cómo les gustaría que fuera su pareja. Y posiblemente su decisión fue la correcta. Porque es muy probable que YouTube hubiera terminado siendo un sitio en el que los usuarios comentarían los videos sin ninguna intención de quedar con el autor. O incluso expresando explícitamente sus deseos de no quedar con él.

Y, ¿quién necesita realmente una web así? (El Herald, 2016).

Pero tras cinco días en la Red sin que nadie subiera ningún video, los fundadores abrieron YouTube para todo tipo de contenido y nació la plataforma tal y como la conocemos hoy. Incluso, Chen y los también co-fundadores Chad Hurley y Jawed Karim ofrecieron 20 dólares a las mujeres que subieran un video. Pero tampoco funcionó (Tcrocks, 2011).

1.2 Plataforma

Ante la desesperación, el equipo fundador decidió abrir a todo tipo de contenidos. Así fue como el 23 de abril de 2005 el primer video de la plataforma fue Me at the zoo, que es una descripción propia de otro de los fundadores del portal, Jawed Karim, el cual era el piloto para la creación del portal de citas. “Solo tres chicos subieron sus videos aquel Día de San Valentín, ya que no tenían nada que hacer” precisó Chen respecto a los inicios de YouTube. Un año después de su fundación en 2005, Google compró la plataforma por mil 600 millones de dólares y ahora, recibe más de mil millones de visitantes al mes. Hoy, millones de personas entran al sitio para ver todo tipo de videos, pero en realidad fue creado para ser una página de citas. Google compró la plataforma por mil 600 millones de dólares y ahora, recibe más de mil millones de visitantes al mes (Infoniac, 2011).

2. Fundadores de Youtube

2.1 Biografía Chris Hurley

El empresario de Internet Chad Hurley nació el 24 de enero de 1977, en Birdsboro, Pensilvania. Hurley asistió a la Universidad de Indiana de Pensilvania, donde recibió su licenciatura en arte. Después de graduarse, se unió a la división de PayPal de eBay, centrándose principalmente en la interfaz de usuario. Fue allí donde conoció a Steve Chen y Jawed Karim, con quien fundó YouTube.com, un sitio web de intercambio de vídeos, en 2005 (Toolsads, 2012).

YouTube se convirtió rápidamente en uno de los sitios de más rápido crecimiento de la web y se clasificó como el 10º sitio web más popular apenas un año después de su lanzamiento. Se informa que 100 millones de clips se ven diariamente en YouTube, con 65.000 nuevos videos subidos cada 24 horas (Vivem, 2011).

Hurley sirvió brevemente como CEO de YouTube; No mucho después de que la compañía fue fundada, en 2006, él y Chen vendieron YouTube a Google, Inc. por \$ 1,65 mil millones en acciones. Ese mismo año, Hurley ocupó el puesto número 28 en la lista de “50 personas que importa” de la revista Business 2.0 (Forbe, 2014).

2.2 Biografía Steven Chen

Empresario de Internet, co-fundador de YouTube. Nació en agosto de 1978 en Taiwán. Criado en Taiwán, Chen y su familia emigraron a los Estados Unidos cuando tenía 15 años.

Después de graduarse de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, Chen trabajó en PayPal, donde conoció a Chad Hurley y Jawed Karim. En 2005, los tres fundaron YouTube, un sitio web diseñado para simplificar el intercambio de video en línea.

YouTube se convirtió rápidamente en uno de los sitios de más rápido crecimiento de la web y se clasificó como el 10º sitio web más popular apenas un año después de su lanzamiento. Se informa que 100 millones de clips se ven diariamente en YouTube, con 65.000 nuevos videos subidos cada 24 horas (Social Media, 2011).

Chen actualmente es Director de Tecnología y fue nombrado como uno de los “50 personas que importan ahora” por la revista Business 2.0 en 2006. Ese año, él y Hurley vendieron YouTube a Google, Inc. por 1,65 millones de dólares en acciones (Shaughnessy, 2012).

2.3 Biografía Christine Karim

Christine Karim, es una profesora adjunta de investigación de bioquímica en la Universidad de Minnesota. Karim creció en Alemania pero su familia emigró a los Estados Unidos en 1992. Se graduó en el Instituto Central de Saint Paul, Minnesota. Continuó sus estudios en la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, para finalmente abandonar el campus antes de su graduación para hacerse empleado de PayPal.

Trabajando en PayPal, conoció a Chad Hurley y Steve Chen. Los tres más tarde fundaron el sitio web YouTube. Él mismo protagoniza el primer video que se subió al sitio web. Después de la co-fundación de la empresa, Karim optó por la participación a jornada completa y actuó como un consejero de YouTube. Luego se matriculó como estudiante de posgrado en Informática en la Universidad de Stanford (Klever, 2015).

3. Primeros Videos en Youtube

Uno de sus fundadores, Steve Chen, reveló que su idea original fue crear una página para citas, escribe ‘The Guardian’. Es decir, ni más ni menos que un Tinder con videos. “Pensamos que crear una página de videos de citas era lo más lógico”, comentó Chen durante una conferencia. Los usuarios debían filmarse y subir el video junto con comentarios sobre sus intereses y especificando cómo les gustaría que fuera su pareja. Y posiblemente su decisión fue la correcta. Porque es muy probable que YouTube hubiera terminado siendo un sitio en el que los usuarios comentaran los videos sin ninguna intención de quedar con el autor. O incluso expresando explícitamente sus deseos de no quedar con él. Y, ¿quién necesita realmente una web así? (Wallert, 2015).

Pero tras cinco días en la Red sin que nadie subiera ningún video, los fundadores abrieron YouTube para todo tipo de contenido y nació la plataforma tal y como la conocemos hoy. Incluso, Chen y los

también co-fundadores Chad Hurley y Jawed Karim ofrecieron 20 dólares a las mujeres que subieran un video. Pero tampoco funcionó (Marketing ads, 2013 y Youtube, 2013).

Ante la desesperación, el equipo fundador decidió abrir a todo tipo de contenidos. Así fue como el 23 de abril de 2005 el primer video de la plataforma fue Me at the zoo, que es una descripción propia de otro de los fundadores del portal, Jawed Karim, el cual era el piloto para la creación del portal de citas. “Solo tres chicos subieron sus videos aquel Día de San Valentín, ya que no tenían nada que hacer” precisó Chen respecto a los inicios de YouTube. Un año después de su fundación en 2005, Google compró la plataforma por mil 600 millones de dólares y ahora, recibe más de mil millones de visitantes al mes. Hoy, millones de personas entran al sitio para ver todo tipo de videos, pero en realidad fue creado para ser una página de citas. Google compró la plataforma por mil 600 millones de dólares y ahora, recibe más de mil millones de visitantes al mes (Marketing Tools, 2013).

4. De Youtuber a Influencer

4.1 ¿Qué es un Youtuber?

Se llaman youtubers a las personas que graban videos y los suben al portal web de videos más visitado del mundo: www.youtube.com. Normalmente suben videos enfocados en los intereses de jóvenes y adolescentes, que son los que más visitan este tipo de páginas. Los motivos que les lleva a la gente a subir sus videos son diversos: Hacerse famosos, ganar dinero, difundir conocimiento, compartir opiniones o simplemente pasar el tiempo. Los videos suelen ser de producción propia, donde el autor del video (el youtuber) es en muchos casos quien crea el guion del video, quien lo interpreta, quien lo monta y quien lo publica. Por lo tanto, un youtuber es a la vez guionista, actor, director y técnico de producción (Di Caprio Ruccolo, 2013 y Wallert, 2015).

La calidad de los videos no suele ser muy buena, dado que normalmente los youtubers buscan publicar uno o más videos nuevos cada semana, lo cual requiere bastante tiempo. Actualmente, Youtube permite votar los videos y comentarlos, y también suscribirte a los canales de los autores para estar informado de las novedades y de los nuevos videos. Por todo ello, se ha creado una comunidad muy importante en torno a estos autores, que muchas veces tienen más visitas y son más famosos que muchos personajes de la televisión o de la radio.

4.2 ¿Qué función cumple un influencer?

Si hay una técnica enfocada al marketing digital que no se ha parado de escuchar en el último año, es el influencer marketing. Es una de las estrategias cada vez más usadas por los expertos de marketing y comunicación de las empresas para atraer al público a estas. Consiste en la simple recomendación de un producto y/o servicio de la empresa. El influencer actúa como un amigo que recomienda una película o un restaurante. Es similar ya que al ser una persona “real” y no un famoso o actor, tiene más credibilidad sobre la audiencia (Klever, 2015).

Los influencers representan un pilar fundamental en cualquier empresa que haga acciones con ellos. Pero hay que tener en cuenta que no todos los influencers encajan con la filosofía de la marca o con la estrategia digital que se quiere llevar a cabo. Para ello hay que saber elegir al influencer adecuado para la marca. Identificar sus temáticas, valores, estilo, tono y sobre todo que su audiencia coincida con la de la empresa. Además, en función del objetivo que se quiera conseguir (aumentar tráfico, dirigir visitas a la web, conseguir seguidores en las redes o simplemente, crear una imagen de marca), se elige a unos influencers u otros (Infoniac, 2011 y Youtube, 2013).

Para ello, y como comentamos en anteriores post, puede realizarse de manera manual y entor-

pecer la estrategia o se puede conectar con expertos como Fheel para que la campaña se realice con éxito y de una forma sencilla, económica y eficaz. Desde que planificas la campaña y eliges a tu influencer, todo el proceso de análisis de tu campaña incluye acciones que puedes desarrollar durante todo el proceso de la campaña para asegurarte que consigues los mejores resultados a largo plazo. Debe de existir lo que en marketing de influencers se conoce como “win to win”, es decir que gane la marca y que gane el influencer. Si se escoger al influencer adecuado seguro que ganarán ambos ya que los intereses y la audiencia coinciden (Youtube ads, 2011).

5.Principales youtubers latinoamericanos

Para medir la importancia de los Youtubers de este ranking ha tenido en cuenta la cantidad de influencers que tienen, sus relaciones con otros influencers que amplifica su alcance y su peso en sus países de influencia. Esto quiere decir que un Youtuber puede tener menos seguidores que otro pero en su país es más influyente y eso contextualiza su peso.

Julián Serrano, JulianSerrano7 es su usuario y cuenta con 1,813,078 además de tener presencia activa en otras plataformas. Aunque ya gozaba de gran popularidad, su noviazgo con la It Girl Oriana Sabatini le hizo pasar a formar una dupla millennialmente poderosa.

Los Polinesios Estos tres hermanos mexicanos cuentan con 3,928,513. Aunque comenzaron como lo que todo canal entre hermanos debería ser, un lugar de muchas bromas entre ellos. Con el tiempo fueron transformándose más en un canal de Vlogs y su audiencia pasó de ser adolescente a especialmente infantil.

LadyMakeup16, Su nombre es Mariand Castrejon más conocida como Yuya, con sus tutoriales de maquillaje y peinados se ha transformado en la referente para sus fans a la hora de armar un look.

Posee 16.387.602 (sí, 16 millones) de suscriptores y cada uno de sus videos no suele bajar del millón y medio de reproducciones. Algunos medios calculan que genera ganancias de más de 1 millón de dólares al año.

Hola Soy Germán, posee casi TREINTA MILLONES de suscriptores y es la superestrella de los youtubers estrellas. Su éxito llega a cualquier lugar hispanoparlante y a donde va lo tratan como a un rockstar. Su otro canal se llama Juega German y tiene más de 15 millones de fans. Sí, todo lo que este joven chileno toca se transforma en oro. De hecho se transformó en el primer youtuber en recibir dos Botones de Play de Diamante por superar los 10 millones en dos canales distintos (A&E Television Networks , 2017).

5.1 Youtuber colombiano/a con más suscriptores

Juana (ver figura 1) es una de las mujeres con más suscritores. Sus contenidos son blogs sobre aspectos de su vida y la forma en que percibe el mundo. Además, la bogotana suele hacer video en colaboración con otros youtubers colombianos sobre su amistad o algunos juegos que presentan a su audiencia. Su video con más vistas se llama amigos, y lo grabó con su mejor amigo, también youtuber, Juan Jaramillo.



Figura 1.Foto de perfil de principal youtuber mayor de 25 años. Fuente: (El Heraldo, 2016).

6. Ganancias generadas por youtubers

El programa de beneficios de YouTube para creadores te ayuda en cada paso del desarrollo de tu canal. Todos los creadores comienzan con los beneficios del nivel Grafito. A medida que aumenten tus suscriptores, podrás desbloquear nuevos niveles de beneficios, cada uno con características únicas: desde talleres y eventos hasta el acceso para producir tus videos en los YouTube Spaces, y mucho más.

Sabemos que tu trabajo requiere mucho esfuerzo, tiempo y talento. Es por ello que premiamos tres hitos importantes en tu carrera: cuando alcanzas los primeros cien mil suscriptores, cuando llegas al millón y, luego, a los diez millones de suscriptores. Otorgamos tres premios distintos por cada hito: los botones de plata, de oro y de diamante (Merker, 2016).

Las maneras más comunes de ganar dinero en videos subidos a YouTube es a través de publicidad y colocación de productos pagados.

Los tipos de publicidad en línea que pueden generar ingresos para los productores de video son el coste por clic (CPC) y el coste por mil impresiones (CPM). Los anuncios de coste por clic generan ingresos en cualquier momento en que el espectador haga clic en el anuncio. Los anuncios de CPM generan ingresos a través de las impresiones del visor. Una impresión se cuenta como cuando el video es visto por un espectador durante más de 30 segundos.

La colocación de productos pagados es otra forma en la que las personas pueden monetizar el contenido de YouTube. La colocación de productos pagados ocurre cuando un patrocinador paga al creador de contenido de YouTube directamente para revisar un producto o para incluirlo en el video (Wang, 2015).

En general, cuanto más personas vean un video,

más valor tiene para un anunciante o patrocinador y, por lo tanto, más ingresos generará para el creador del contenido. Una de las prioridades más importantes para las personas interesadas en beneficiarse del contenido de YouTube es aumentar el tamaño de su audiencia.

Para aumentar sus posibilidades de atraer a una gran base de seguidores, los creadores de YouTube deben seguir las mejores prácticas de YouTube. Una de las mejores prácticas fundamentales es crear contenido atractivo y atractivo. Los espectadores llegan a YouTube buscando entretenerse o encontrar una solución a un problema al que se enfrentan. Al crear un gran contenido, es más probable que el video sea visto y compartido. Cuanto más compromiso recibe un video, más YouTube evalúa el video como valioso, por lo que debería clasificarlo más alto dentro de sus resultados de búsqueda.

Otra forma de aumentar la audiencia es que los creadores de contenido optimicen sus videos para la búsqueda en YouTube. Esto incluye usar el planificador de palabras clave de Google para encontrar palabras que busquen una gran cantidad de personas e incluir esas palabras clave dentro de la descripción y las etiquetas de la página de videos de YouTube.

La promoción del video de YouTube mediante el uso de medios sociales y publicidad de medios pagados es otra manera popular de generar tráfico adicional al video.

Incluso cuando se siguen todas estas buenas prácticas, hay algunos desafíos de generación de ingresos que enfrentan los creadores de videos de YouTube. A partir de 2014, la tasa promedio para los anuncios pre-roll era sólo \$ 7.60 por cada mil visitas, lo que, según el New York Times, es aproximadamente la mitad de lo que sería el CPM para un medio de comunicación tradicional como CNN. Además de los costos de producción que un creador de video podría incurrir, YouTube recauda el 45% de los beneficios publicitarios.

A pesar de estos desafíos, las personas que son capaces de atraer a un gran y leal siguiente puede hacer un ingreso sustancial en YouTube, de acuerdo con Business Insider, el mejor pagado creador de vídeo de YouTube es PewDiePie; Con sus 23,9 millones de suscriptores, genera un ingreso neto estimado de \$ 825,000 a \$ 8,47 millones por año (El Herald, 2016).

No hay un número mágico que te garantice ingresos en YouTube.

Primero tienes que definir qué es lo que pagas directamente por Google (YouTube).

Recibe pagos vinculando AdSense a tu cuenta de YouTube.

Te pagan por las opiniones no por los seguidores, que se llaman suscriptores en YouTube ...

Así que sí tener suscriptores es genial por muchas razones, pero no directamente para la monetización del video. Hacer dinero de verdad toma muchas opiniones. Mucho. Estás hablando de 1m + vistas para borrar alrededor de \$ 1k en publicidad. Usted puede ganar dinero de muchas maneras que simplemente pagando por vista.

Echa un vistazo a YouTube Video Influencer Marketing para Marcas y Anunciantes

Ellos le vinculan a las empresas que están interesadas en la publicidad a su audiencia a través de anuncios nativos. También puede buscar programas de afiliados que le pagan por la compra o por la visita y recomendar esos programas al final o durante el video.

Algo como CinemaSins hace al final de sus videos (Klever, 2015).

Conclusiones

Los nativos digitales, aquellos que han nacido con el nuevo milenio y en los años inmediatamente anteriores, son un perfil de consumidor con gran potencial en el futuro, motivo por el que las marcas deben conocer sus gustos e intereses así como los soportes que se convierten en los medios más influyentes para ellos. En este sentido, Internet se

configura como el principal canal para llamar su atención, dadas las horas que pasan utilizándolo así como la predisposición que muestran a adquirir productos y servicios proporcionados por este soporte.

No es de extrañar, asimismo, que la plataforma social de difusión de vídeo más utilizada del mundo y segundo buscador del planeta en lo que a volumen de búsquedas registradas se refiere genere tanto impacto para sus creadores de contenidos.

Unos pasos de los que las marcas y los anunciantes se deben hacer eco, pues ha quedado confirmado que en la actualidad, los consumidores más jóvenes y sus potenciales clientes en el futuro, son atraídos cada vez más por esta red social, por tal motivo cada vez más son los jóvenes e incluso personas mayores los que crean contenidos para lograr llegar a ser un influencer y determinarse como tal en esta plataforma.

Referencias

A&E Television Networks. (2017). Chad Hurley Biography. Recuperado de www.biography.com

Cad. (2016). Historia de YouTube. Recuperado de http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

Chepman, J. (2012). Sitepronews. Recuperado de <http://www.sitepronews.com/2012/05/17/all-about-youtube-marketing/>

Di Caprio Ruccolo. (2013). Youtube add. Recuperado de [ww.ypoutubeadd.com](http://www.ypoutubeadd.com)

El Herald. (2016). El Herald. Recuperado de <http://elheraldoslp.com.mx/2016/03/21/sabes-por-que-se-creo-youtube/>

Forbe, N. (2014). Nickelforbe. Recuperado de [Forbe: www.nickelforbe.com](http://www.nickelforbe.com)

Infoniac. (2011). Infoniac. Recuperado de <http://www.infoniac.com/hi-tech/top-10-most-important-inventions-of-the-21st-century-intec>

Klever, S. (2015). Business Insider. Recuperado de www.businessinsider.com

Marketing ads. (2013). Marketing ads. Recuperado de www.marketingdecontenidos.com

Marketing Tools. (2013). Marketing Tools. Recuperado de www.marketingtools.com

Marketingtools. (2011). Marketing tools. Recuperado de www.marketingtools.com

Mercodothern. (2013). Mercodothern. Recuperado de www.mercodethenk.com

Merker, J. (2016). Business add. Recuperado de www.businessadd.com