

Plataforma prueba nuevas tácticas para reclutar suscriptores pagados

# Ahora Youtube muestra avisos si le pone pausa a un video: ¿cuánto cuesta el servicio premium?

WILHELM KRAUSE

Tener los anuncios lo más dirigidos posible es el negocio de las grandes compañías de internet. Con los datos que se recopilan de la navegación de cada usuario, capitalizan con publicidad que acierte de lleno. Por eso Youtube está inundado de anuncios. La plataforma muestra publicidad personalizada: más datos significan mejor segmentación y mejor segmentación genera mejores resultados para las marcas. Si bien en un video pueden aparecer fácilmente cuatro o cinco anuncios—dos al comenzar y otros dos o tres a mitad de camino—ahora se introduce una novedad: comerciales al presionar pausa.

Desde hace un par de semanas, los *pause ads* de YouTube han comenzado a aparecer en Estados Unidos y otros mercados, es cuestión de días que lleguen a Chile. Son anuncios es-

**Publicista cuestiona la medida: “No sé si sea tan efectivo para las marcas porque los usuarios no están prestando atención al contenido”.**

táticos se aparecen cuando se pausa un video. ¿Un ejemplo? En Reddit, un usuario compartió que, al pausar, apareció un banner de Dunkin’ Donuts con el mensaje: “Este show está pausado, pero no tu hambre”. La cuestión ha causado polémica en Estados Unidos, donde se ha criticado lo que se considera un exceso de avisos.

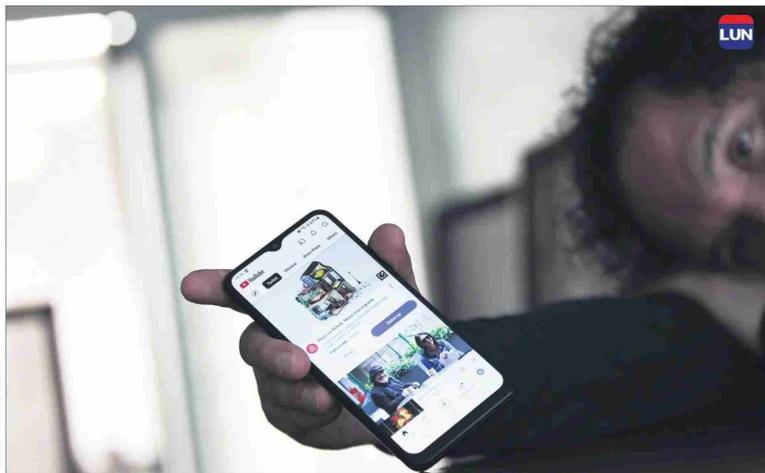
“Cada espacio que pueda ser aprovechado por publicidad lo está siendo, se busca monetizar al máximo. Esto responde a las necesidades del mercado de hacer más rentables las plataformas. En el caso de Youtube, la opción es suscribirse a YouTube Premium o, lamentablemente, tener que comerse estas publicidades. Y creo que esto va a ir en aumento, llegando también a las otras plataformas de streaming muy pronto”, explica Martín Calderón, periodista especializado en tecnología.

La suscripción a Youtube cuesta \$5.500. Hay paquetes familiares por \$9.200 para cinco usuarios y un plan para estudiantes por \$3.225. Y hay que revisar qué servicios de streaming está pagando en su hogar (*ver tabla*).

Una consideración: Youtube es de las plataformas de contenido que le

Precios vigentes de las plataformas de streaming				
Plataforma	Plan básico	Plan estándar	Plan premium	Promociones y características
Netflix	\$6.540	\$9.190	\$11.790	El plan más económico incluye reproducción en 720P, menos que HD, en solo un dispositivo.
Disney+		\$9.900	\$13.500	Si contrata Meli+, de Mercado Libre, incluye Disney+ en su versión en HD y con anuncios por \$8.490.
Mubi	\$6.900			Solo hay un precio en la plataforma de cine arte.
HBO Max	\$5.990	\$7.990	\$9.990	El plan más caro incluye abundante contenido en 4K.
YouTube Premium	\$5.500			Se puede contratar un plan familiar por \$9.200, también hay una opción de estudiantes por \$3.225.
Paramount+	\$4.299			Acá está la mayoría de los reality show de MTV.
Apple TV+	\$4.990			Solo un precio. El plan se puede compartir con la familia Apple.
Crunchyroll	\$3.990	\$4.990		Plataforma dedicada de manera exclusiva al animé.
Amazon Prime		\$5.790		En Movistar ofrecen el primer mes gratis al pagar directo en la boleta.

Fuente: las web de las plataformas y las operadoras que ofrecen los descuentos.



MARIELA GUERRERO

“Si los lees mientras estás haciendo otras cosas, los usuarios acaban odiando las marcas”, afirma un especialista en marketing.

paga mejor a sus creadores, entre \$800 a \$2.400 por cada mil visualizaciones. Y esos fondos tienen que salir de alguna parte: de los avisos o del pago de las suscripciones por Premium.

“Al ser una plataforma altamente atractiva para anunciantes, Youtube tiene la posibilidad de ofrecer pagos más altos a sus creadores para monetizar su canal y contenido. El hecho de que paguen más se debe a que el volumen de anuncios que manejan es mucho más grande junto con el volumen de audiencias al que apuntan”, explica Raúl Bustamante, creador de contenido de tecnología.

¿Sigue siendo efectivo?

Manuel de la Peña, publicista, cree

que estos nuevos avisos parecen tener más como objetivo aumentar la clientela de Youtube Premium, el servicio pagado sin anuncios, que eficacia para los avisadores.

“Cuando pausamos un video muchas veces es porque no podemos prestar atención en ese momento, por lo tanto, no es tan efectivo para las marcas porque los usuarios no están prestando atención al contenido, a menos que sea publicidad. “Además, aunque YouTube los llama *ininterrumpibles*, lo cierto es que rompen el flujo de la experiencia y generan sensación de molestia”, responde.

Agrega en otro punto a tener en cuenta: “Personalmente, no creo

que nada funcione en este espacio. Cuando vuelven a aparecer los *bumpers publicitarios* (que no contienen más de seis segundos que interrumpen la reproducción de un video), hay que adaptar su creatividad para garantizar que los mensajes se comprendan. Aquí creo que debe pasar lo mismo: hay que pensar en la creatividad y en los mensajes en este espacio”.

Carlos Arratia, asesor de marketing, cree que los pros y los contras de este tipo de anuncios están directamente ligados al nivel de creatividad. Un buen ejemplo, dice, fue cuando Canal 13 transmitió películas de Star Wars y, sin poder incluir comerciales tradicionales, integró anuncios publicitarios de Crystal durante la película. En este contexto, si los anuncios están orientados a este tipo de formato, podrían ser vistos de manera positiva.

“Si colocas anuncios publicitarios cuando estás haciendo otras cosas, los usuarios acaban odiando las marcas, por lo que hay que estar atento a los lugares en los que los usas o con saturar a los usuarios como se desee”, aconseja.

**¿Cómo se destacan las marcas en medio de tanta distracción?**

“En los primeros tres a cinco segundos tienes que decir una palabra clave, tienes que presentar una pregunta problemática a la que la gente preste atención inmediata: ¿tienes sobrepeso?, ¿estás estresado?, ¿te preocupa el cabello? Debes presentar el problema seguido de la solución. La conclusión es que estás interesado en lo que va a pasar”.