



La era de YouTube

Marketing de

creadores:

Una guía para el éxito



El **poder** de la visualización con propósito

YouTube lidera la transmisión de contenido al transformar a los usuarios en comunidades, lo que lo convierte en el mayor canal de crecimiento aún sin explotar en el marketing de creadores.

Vistas Valor

El marketing de creadores está entrando en una nueva era, en la que el alcance masivo, los públicos con un alto nivel de intención y los creadores más confiables generan un impacto duradero para las marcas. YouTube es la plataforma número 1 a la que recurren los usuarios cuando quieren investigar una marca, un producto o un servicio, evaluarlo o tomar una decisión al respecto.¹

El marco de trabajo para la era de YouTube

Las marcas pueden llegar a los públicos desde el feed de Shorts hasta la sala de estar, lo que les permite conectarse con usuarios que las plataformas sociales no pueden alcanzar. Esta guía proporciona un marco de trabajo para el marketing de creadores y muestra cómo puedes hacer lo siguiente:

Lleva

los recursos de mejor rendimiento a YouTube

Establece

asociaciones sólidas con creadores que generan acciones

Impulsa

para escalar tus resultados con nuestras soluciones de IA de primer nivel

76%

El acceso a contenido de formato corto y largo es una de las principales razones por las que YouTube es la plataforma preferida del 76% de los usuarios.¹



1. Fuente: Entre los usuarios de YouTube o YouTube Shorts encuestados en EE.UU., de entre 18 y 54 años, en el estudio de YouTube/Ipsos sobre YouTube Shorts en comparación con los videos de formato largo. Realizado entre el 30 de enero y el 9 de febrero de 2026.

Lleva los recursos de mejor rendimiento a YouTube

El contenido de redes sociales suele buscar momentos virales, pero el contenido de YouTube está diseñado para que se lo descubra de forma continua a través de la cultura y el comercio. Las marcas obtienen una ventaja al llevar los recursos de mejor rendimiento a YouTube para seguir impulsando las ventas.



86%

Según un metaanálisis personalizado de MMM encargado por Google a Circana en EE.UU., YouTube generó, en promedio, un ROAS incremental a largo plazo un 86% más alto que las redes sociales pagadas.²

Llega más allá del feed



Trasladar el contenido a YouTube brinda acceso a campañas potenciadas por IA que se escalan en todas las plataformas de Google. Cientos de mejoras recientes permitieron que las campañas de generación de demanda aporten un **40% más de valor de conversión** en promedio.

Para aumentar la escala o el reconocimiento de la marca, impulsa los recursos de los creadores con **campañas de alcance de video**.

Para generar participación o consideración, implementa **campañas de vistas de video**.

Para generar tráfico de calidad, leads y ventas en línea, considera las **campañas de generación de demanda**. Son una opción natural para impulsar los recursos de los creadores.

2. Fuente: Metaanálisis de MMM de Circana, LLC, encargado por Google en 2025, en el que se midió el impacto a largo plazo de los medios a través de las rutas de valor de la marca; la investigación incluyó 20 observaciones a nivel de la marca derivadas de 40 modelos de MMM que abarcaron 104 semanas en 10 marcas de CPG de EE.UU. en las verticales de cuidado del hogar, cuidado personal, belleza, alimentos y bebidas (2023-2024); el ROAS se define como las ventas incrementales por dólar invertido en todos los medios de Google.

Establece asociaciones sólidas con creadores



Para navegar por un ecosistema de creadores tan masivo, se necesitan las herramientas adecuadas para encontrar al socio de marca ideal. Aprovecha las Asociaciones con creadores de YouTube para descubrir y colaborar de forma fluida con los creadores adecuados para tu marca.

Conectar tu marca con el talento adecuado de YouTube nunca fue tan eficiente, ya sea con Google Ads, DV360 o socios de API seleccionados.

Los anunciantes pueden acceder a las Asociaciones con creadores de YouTube en Google Ads o DV360 para hacer lo siguiente:

- ★ Descubrir videos patrocinados de creadores que mencionan tu marca.
- ★ Habilitar la visibilidad de datos orgánicos y la asociación de marcas.
- ★ Hacer un seguimiento fluido del rendimiento de los canales orgánicos y pagados en un solo lugar.

Las agencias de marketing de influencers pueden integrar la API de YouTube Creator Partnerships para hacer lo siguiente:

- ★ Encontrar y comunicarse con creadores de YouTube que se alineen perfectamente con las marcas.
- ★ Administrar el acceso para socios de marca en todos los clientes a gran escala.
- ★ Mostrarles a tus clientes el poder combinado de la influencia orgánica de los creadores y las conversiones de los medios pagados.

Los anunciantes que trabajan con agencias pueden explorar las Asociaciones con creadores de YouTube directamente o guiar a las agencias para que hagan lo siguiente:

- ★ Subir briefs a través de Convocatorias abiertas.
- ★ Combinar el descubrimiento de creadores con objetivos clave y encontrar creadores estrella a largo plazo.
- ★ Asociarse con agencias para incluir recursos producidos por creadores en todas las campañas potenciadas por IA.



Impulsa tu impacto

Los creadores de YouTube hicieron de esta plataforma el lugar principal para el descubrimiento y la toma de decisiones.

Combina las Asociaciones con creadores con formatos de anuncios potenciados por IA

Potenciación de asociaciones con creadores: Una vez que identifiques los recursos de marketing de creadores de alto rendimiento, conviértelos en anuncios destacados de alto rendimiento en Shorts, anuncios in-stream y más.

El efecto compuesto

La vida útil prolongada del contenido de YouTube y la facilidad con la que los usuarios pueden descubrirlo hacen que su valor se multiplique, lo que genera un mayor ROI con MX, 2026) Según una encuesta realizada por Kantar, el 65% de los espectadores encuestados en México afirman que se sienten más positivos acerca de las marcas que patrocinan a creadores destacados en YouTube.³



Punto clave

Si combinas la voz auténtica de un creador con formatos de anuncios potenciados por IA, generas una confianza real que perdura y hace que las personas quieran comprar.

3. Source: Google/Kantar, Future of Video, MX, 2026, n=1031 YouTube viewers, n=2075 weekly video viewers 18-64, fielded from (4/24/2026-6/3/2026). Competitive set includes 10 market competitors: Cable-Pay TV, Open TV, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Vix+, Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter).



Cómo entender el **ROI**

Una vista unificada del rendimiento orgánico y pagado.

Informe de **estado** de la marca

Obtén una visión integral del estado de la marca en YouTube en los medios pagados, propios y ganados. Es una forma sencilla de comprender el panorama general, como encontrar la cuota publicitaria de la marca en comparación con la competencia.

A nivel de la campaña, nuestros informes registran el rendimiento pagado y orgánico en conjunto. Sin silos.



Demuestra el éxito con datos de incrementalidad:

Efectividad de **marca**

Mide la efectividad incremental en KPIs como el reconocimiento, la consideración o la intención de compra.

Efectividad de **búsqueda**

Muestra la conexión entre los públicos que miran un anuncio y luego buscan una marca o producto.

Efectividad de **conversiones**

Demuestra que los anuncios generan acciones específicas, no solo vistas pasivas.



Esto hace que se cumplan los KPIs y, al mismo tiempo, permite distinguir entre los resultados orgánicos y pagados derivados de las asociaciones con creadores.